



Правительство  
Москвы

Правительство Москвы  
Комитет по культуре Москвы  
Московский институт  
социально-культурных программ  
Российская Академия наук

Институт социально-политических исследований



РОССИЙСКАЯ  
АКАДЕМИЯ  
НАУК

# ПОИСК

Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура.

Выпуск XII

Москва, 2006

**УДК 008**  
**ББК 71**  
**П71**

**Научный редактор** — доктор социологических наук **В.К. Сергеев**

**Выпускающий редактор** — **В.Г. Донской**

**ПОИСК. Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. // Научный сборник. Вып. XII. — М.: Серебряные нити, 2006. — 176 с.**

Научный сборник рассчитан на работников культуры, искусства, науки, образования, студентов и аспирантов гуманитарных вузов, всех, кто в той или иной степени участвует в процессах организации, планирования законодательства в социально-культурной сфере.

**ISBN 5-901811-56-9**

© Московский институт социально-культурных программ, 2006  
© Институт социально-политических исследований, 2006

## **Культурно-досуговая сфера в оценках московского населения**

*МАРШАК Аркадий Львович,  
доктор философских наук, профессор*

Методологическое понятие досуга тесно связано с социальным временем, с понятием свободного времени, со свободой деятельности как универсалиями культуры. В философско-культурологическом аспекте, определяя свободное время, нужно прежде всего обозначить его как категорию функционирования личности при отсутствии внешнего целеполагания. Тогда досуг представляет собой реализацию возможности саморазвития человека, процесс структурирования времени и деятельное его наполнение в соответствии с собственными мировоззренческими идеалами, интересами и ценностями. Две главные функции досуга — восстановление сил человека и его духовное и физическое развитие. Можно предположить, что досуг — это время, внутри которого понижается порог социальных ограничений деятельности, и эта деятельность носит индивидуально вариативный характер. Как согласуется такое «идеальное» понимание досуга с обыденными представлениями и реальными социальными практиками? Большая свобода выбора, присущая досуговой деятельности по сравнению с профессиональной или учебной, не отменяет социальной и исторической обусловленности досуга. Свободное времяпрепровождение зависит как от общественного строя и социального положения, так и от профессиональной принадлежности человека, его возраста, институциональной сформированности сферы досуга.

Изменение социальной реальности воздействует на содержание образа жизни, ориентируя поведение людей на образцы, зачастую предлагаемые индустрией досуга, а не выбираемые свободно. Язык как выражение культуры показывает нам, как исподволь изменяется смысл обыденных явлений и как может теряться их глубина и объемность. В словаре В. Даля досуг определяется не только в известном значении — свободного, незанятого времени (гулянки, гулячая пора, простор от дела), но и как умение или добрые качества. По Далю, досужливый — это мало занятой, часто свободный; а досужий — умеющий, способный к делу, ловкий. В современном словаре С.И. Ожегова второе значение у слова «досужий» исчезло, зато появилось негативное значение (досужие мысли появляются от безделья).

Изменения в языке показывают глубинные культурные сдвиги, потерю понимания того, как творческий характер культуры противостоит расчетливости цивилизации, духовный труд — физическому труду, как праздник — будням, досуг — работе, свобода — необходимостью, как связаны досуг и умение, как они важны для социума и культуры. По всей видимости, советский период привнес в наше сознание ощущение того, что повседневная жизнь людей, их быт — это просто придаток производства. Однако не все так однозначно, в советской социологии, несомненно, присутствовало осознание того, какими благами цивилизации люди могут пользоваться в быту, и от того, как они ими пользуются, зависят в конечном счете и характер, и направление, и темпы экономического развития, общественного прогресса в целом.

Еще в 60-е гг. у советских социологов стал пробуждаться интерес к тому, какую роль в жизни людей, в функционировании общества играет свободное время — одно из важнейших достижений и вместе с тем один из значимых (и знаковых) атрибутов современной цивилизации. В какой-то мере его стимулировали и те дискуссии, которые разгорелись в первой половине 60-х гг. в социологическом сообществе западных стран в связи с изданием книги Ж. Дюмазедье «К цивилизации досуга?». Именно тогда были предприняты специальные опросы, которые наряду с материалами исследований бюджетов времени обеспечили эмпирическую базу анализа свободного времени. И тогда же стали выходить в свет работы, в которых публиковались результаты этого анализа и обсуждались различные аспекты досуговой деятельности.

В тот период был выявлен ряд проблем, не потерявших своей актуальности и по сей день. Первую группу такого рода проблем обуславливают недостаточные объемы времени, остающегося для досуга, что более или менее остро ощущало абсолютное большинство респондентов. Главным его «антагонистом» в сфере внерабочего времени были справедливо названы слишком продолжительные занятия, связанные с ведением домашнего хозяйства. Об этом свидетельствовали действительно высокие показатели затрат времени на ведение хозяйства и мнения самих респондентов относительно путей и резервов увеличения свободного времени. Вместе с тем было показано, что такие резервы в сфере рабочего времени были практически исчерпаны.

Другую группу проблем, не менее важных и сложных, выявил анализ использования тех примерно 3-х часов времени для досуга, которыми располагал (разумеется, в среднем) каждый из взрослых го-

рожан. При этом утверждалось, что значительные перемены, происшедшие во всех сферах жизни советского общества, мало повлияли на величину свободного времени, зато самым существенным образом затронули его структуру. Однако на самом деле и для структуры использования свободного времени также были характерны противоречивость и диспропорциональность. Конечно, в повседневной жизнедеятельности многих горожан появились или заметно более частыми стали вечерняя и заочная учеба и самообразование, чтение книг и газет, пользование радио и телевидением. Однако многие элементы досуга оставались еще слабо развитыми, а неравенство различных групп в приобщенности к занятиям свободного времени было слишком явным для того, чтобы давать завышенные оценки сложившейся к тому времени структуры досуга.<sup>1</sup>

Изучение сферы досуга часто входило и входит в контекст более широких исследований образа жизни, бюджетов времени. Накопление данных эмпирических наблюдений в области изучения культурных коммуникаций, повседневного поведения групп и индивидов, образа жизни, системы общественных и частных ценностей и других аспектов социокультурной природы общества все активнее подталкивало аналитиков к теоретическому осмыслению и концептуализации макрокультурных процессов и феноменов. В течение последних десятилетий социология досуга претерпевала несомненные изменения под влиянием смены общетеоретических парадигм. В этом ракурсе менялись акценты целевых установок исследований бюджетов времени. Например, от анализа процессов, свидетельствующих о сдвигах в сторону «постиндустриализма» (досуговые занятия и «постматериалистические ценности» потенциально должны выходить на первый план), многие исследователи переходили к качественному изучению деятельности, распределенной во времени, снижая компоненту репрезентативных статистик расходов времени. Эта область исследований в рамках качественной методологии приобретает принципиально иное содержание и начинает сближаться с культурологической тематикой.

Современный досуг — порождение массового потребления и современной техники. Рынок досуговых услуг имеет миллиардные обороты.

Существует среди специалистов крайнее мнение, что сегодня досуг через развитую сферу обслуживания превратился в одно из средств эксплуатации духовных сил населения. В досуге человек ищет то, чего он не находит на работе и в других сферах деятельности, в частности возможности самореализации, отдыха, физического

развития, творчества, более тесных социальных контактов, общения с семьей и детьми, с природой, а также ухода от толпы и навязчивых благ цивилизации, одиночества, рутины служебных обязанностей. Однако постиндустриальное общество оставляет человеку все меньше возможностей оставаться самим собой.

В последние десятилетия за рубежом активно развивается новое направление в исследованиях социально-культурных процессов, получившее название «рекреалогии», изучающее закономерности организации и проведения досуга, восстановления психических и физических сил человека во время отдыха, что в свою очередь принижает культурно-креативную роль досуга. В период перехода развитых стран от индустриального общества к постиндустриальному ученые стали говорить о культурной революции досуга, выражающейся в первую очередь в доминировании информационного потребления, в увеличении значения частной сферы, переносе форм восприятия из сферы досуга в другие сферы сознания. Средства массовой информации становятся главной силой, создающей предствление о действительности. Но средства массовой информации — это не институты с тайными или открытыми политическими целями. Они не имеют всеобъемлющей идеологии или программы. Они просто представляют то, что покупается и приносит максимальный доход. Личное потребление превозносится в качестве главной задачи, а самореализация как единственная законная цель. В иллюзорном мире телевидения никто не работает, кроме полицейских и преступников. Это мир потребления без производства. Капиталистическая культура и телевизионная культура идеально подходят друг другу, потому что и та, и другая во главу угла ставят доход. Но их ценности не гармоничны. Если учитывать, что население России менее критично и менее опытно в восприятии и анализе информации, для России во многом свойственна инерция доверия к СМИ, то становится очевидным его духовная уязвимость по причине этого несоответствия.

Развитие Москвы как мегаполиса в последние полтора десятка лет диктует кардинальные трансформации в сфере досуга. Культура Москвы в широком смысле слова, то есть культура в ее социологическом понимании, пережила за последние 10-15 лет многое. Распадались традиционные социоструктурные и административные системы и вместе с ними рушились складывавшиеся десятилетиями традиции, идеологии, образы мира, жизненные принципы, трансформировались структуры престижа, формировались новые идеологические элиты, исчезали старые и возникали совершенно новые со-

циокультурные идентификации. Взаимодействие моностилистической и полистилистической систем культуры имеет сложную динамику (процесс перехода нельзя рассматривать как строго однонаправленный), поэтому их анализ актуален и для сферы досуга, и для культуры в целом.

Москва исторически является культурным, образовательным центром России. Здесь находится крупнейший университет, сотни образовательных учреждений, библиотек, десятки театров, клубов, а также стадионы, бассейны, парки культуры, выставочные комплексы и залы, другие культурно-досуговые учреждения. На наш взгляд, формы досуга более походят на аналогичные формы в других мегаполисах мира, чем на провинциальную Россию. Так, если у жителя Москвы всегда есть выбор пойти в консерваторию, музей или на фильм «Ночной дозор», у жителя провинциального города зачастую такого выбора нет, скорее ему будет доступен только «Ночной дозор». В то же время развитие средств коммуникации во многом стирает местное своеобразие и делает досуг формой потребления институционально произведенных информационных и культурных продуктов. Процессы стандартизации досуга, коммерциализация культурных учреждений, влияние СМИ меняют во многом само понятие свободного времени, не позволяя рассматривать досуг в отрыве от других сфер жизни.

В обществах современного типа явно выделяется структурное членение основных сфер жизни на политическую, экономическую и социально-культурную. Несмотря на достаточную условность и приблизительность такого деления, можно говорить о соответствующей субординации, институциональном членении и специализации, а также о государственном обеспечении и управлении. Организации социально-культурной сферы жизни общества являются проводниками государственной и региональной культурной политики.

Учреждения культуры не просто занимаются созданием особого рода культурных услуг, но и организованно объединяют людей, создают необходимые условия для удовлетворения культурно-досуговых потребностей населения. Необходимо дифференцировать услуги учреждений культуры на культурно-развлекательные и культурно-просветительные. К культурно-просветительным относятся услуги музеев, библиотек, выставочных залов и т.п. Бесспорно, что через эти учреждения удовлетворяются потребности в интеллектуальном и духовном развитии. Большая часть таких услуг предоставляется государственными учреждениями. Основными направлениями деятельности учреждений клубного типа являются: проведение смотров,

конкурсов, фестивалей; сохранение и развитие самостоятельного художественного творчества; возрождение народных промыслов; выставочная деятельность; образовательные услуги.

Развлекательные услуги априори лишены глубокого интеллектуального содержания и смысла. И их положительное влияние для социума заключается не в привлечении к духовному развитию, а в отвлечении от антикультурных проявлений, таких как пьянство и наркотики, или деструктивных психологических изменений, которые могут вызвать социальная заброшенность, скука, депрессия. Индустрия досуга, ориентированная на развлечения, позволяет занимать свободное время, вносит разнообразие в его жизнь и приносит доход для ее устроителей.

Даже в свои лучшие времена сфера досуга не была средством, которое вполне было способно обеспечить потребности в самореализации или созидательной деятельности. Сегодня же, когда капитализм с его вездесущими рыночными критериями торжествует, самостоятельность индивида даже в свободное время сведена к минимуму, крайне ограничены возможности критической мысли, в эпоху заполняющей все рекламы для творчества не осталось места, социальное пространство и время заполняются потребительством. Практически все исследования досуга обходят вниманием такую колоссальную часть досуговых учреждений, как супермаркеты. Для исследователей старших поколений неприемлема сама постановка вопроса о магазинах как местах проведения досуга. В то же время, по результатам ряда исследований, от 70 до 85% девушек-тинейджеров называют shopping самым привлекательным способом провести свободное время.

Противостояние потребительства духовному развитию, развлекательности просветительству выражается в состоянии сферы досуга в Москве. Чрезвычайно важно и институциональное предложение в сфере досуга, потому что досуг — это набор разнообразных продуктов и видов деятельности. У жителей столицы были и есть преимущества не только в проведении досуга, но и в приобщении к культурным ценностям, в получении образования. Интересным является мнение населения столицы о проблемах в организации досуга, повышении своего образовательного уровня, позволяющее оценить, как институциональное предложение форм проведения досуга влияет на их востребованность, как осуществляется взаимосвязь в развитии спроса и предложения.

Приводим результаты социологического исследования, посвященного возможностям повышения москвичами своего образова-

тельного, культурного уровня. В нем принимали участие жители столицы в возрасте от 14 до 70 лет. Среди них — 45% мужчин, 55% — женщин. В выборке представлены респонденты, работающие в различных сферах хозяйства (промышленности, строительства, транспорта, торговли, банковской деятельности, обслуживания и т.д.), различной социальной принадлежности (рабочие, служащие, специалисты, руководители, предприниматели, а также учащиеся, в том числе студенты, безработные и незанятое население, пенсионеры и др.). Исследовательский коллектив ставил целью выявить актуальные изменения и тенденции развития культурной жизни столицы, например особо изучалась роль городских праздников. В то же время значительное внимание уделялось тем формам досуга, которые слабо зависят от сложившихся институциональных структур, являясь продуктом индивидуальных предпочтений и воспитания, например чтение.

Долгое время мы вполне обоснованно утверждали, что Россия — самая читающая страна в мире. Сегодня ситуация далеко не столь оптимистична. В современной Москве читают меньше, чем 15 лет назад, но, на наш взгляд, важнее определить причины снижения интереса к литературе и то, как изменилась направленность чтения.

Каждый третий опрошенный признался, что в последнее время стал меньше читать. В ответах на вопрос «Почему Вы меньше читаете?» респонденты называют главной причиной отсутствие времени (29%); 20% называют дороговизну литературы; 16% опрошенных не могут найти то, что интересует; 13% участников исследования отмечают, что у них другие интересы и заботы. Можно сделать вывод, что большинству респондентов чтение не представляется значимым занятием. Причем, если проанализировать распределение причин отказа от чтения по возрастам, очевидна тенденция преобладания у молодых москвичей ориентации на визуальные источники информации. Даже собственно чтение для самой молодой аудитории в значительной мере представляет собой блуждание по сети Internet.

Информация о чтении и читательских предпочтениях москвичей в определенной степени позволяет судить о культурном развитии социума. По результатам исследования, разные направления чтения представлены в следующем порядке: на первом месте художественная литература — 49%; на втором научная и научно-популярная — 17%; публицистика составила 16%; учебники — 7%; специальная литература и связанная с работой респондента — 4%. Такие общие данные, на наш взгляд, не могут дать объемной картины происходящего. Анкетирование как единственный метод исследования явля-

ется недостаточным. Необходимы также анализ документов (объемов книгопродажи и тиражей изданий, читательских формуляров в библиотеках), опросы читателей библиотек, опросы читателей газет и журналов. Большое значение должно придаваться психологическим исследованиям чтения. Взаимодействие результатов, получаемых в рамках этих направлений, позволят выявить тенденции изменений читательской аудитории. Установление причинной зависимости предполагает предварительную теоретическую проработку вопроса. Исходная теоретическая концепция и теоретическая проработка вопроса снижают возможности для произвольной манипуляции результатами на этапе интерпретации.

Рабочая гипотеза исследования роли литературы в просвещении и духовном и интеллектуальном развитии заключалась в следующем: возникают новые проблемы, связанные уже не только и не столько с нехваткой времени на досуг, сколько с возраставшей конкуренцией между его видами. Продолжающаяся со второй половины XX века настоящая «экспансия» телевидения генерирует страхи за судьбы духовной культуры, олицетворяемой книгой. Еще тридцать лет назад в исследовании «Человек после работы» эта проблема была сформулирована следующим образом: «Телевидение и книга: симбиоз или соперничество?». В то время вердикт был вынесен в пользу первой альтернативы. Этот вывод подкреплялся теми соображениями, что для малообразованных и потому, как правило, мало читающих людей телевизор — не конкурент книге, а в среде более образованных телевидение обладает меньшей вытесняющей способностью.<sup>2</sup>

Сейчас мы сталкиваемся с качественно иной ситуацией. Анализ документов, опрос библиотекарей и читателей, изучение книгоиздательской политики показывает, что большая часть прочитанных книг — это развлекательная литература, т.е. незамысловатые повести, кровавые истории, фэнтези и триллеры, среди лидеров продаж также кроссворды, спортивные издания и пособия типа «сделай сам» (кулинарные книги и советы, как что-нибудь отремонтировать своими руками).

По причинам растущей коммерциализации и экспансии издательского капитала сокращается роль литературы, ее функция становится преимущественно развлекательной, теперь это бестселлеры и блокбастеры, которые пишутся не для того, чтобы их критически обсуждали, а для того, чтобы потребляли. Касается ли дело издательств или прессы, все они сегодня поработочены, их задачей стало прославление соответствующего образа жизни. Что они и делают, рассказывая о жизни звезд, односторонне и предвзято подавая новости,

подчиняясь диктату рекламодателей, которые требуют максимально увеличить размеры аудитории.

Значительные изменения, далеко не всегда в лучшую сторону, произошли в структуре использования свободного времени. Налицо тенденция возрастания затрат времени на просмотр телепередач. Увеличивается время пассивного отдыха, сокращается время, посвященное повышению уровня образования, посещению учреждений культуры, чтению газет. Свободное время стало еще более «телевизионным».

Приоритет телевидения как источника информации несет в себе еще одну опасность развития негативных тенденций в культуре. На смену линейному способу мышления приходит восприятие через образы телевидения и другие электронные средства. Средства массовой информации довольно скоро установили, что цивилизация становится ориентированной на зрительный образ, что ведет к упадку грамотности. Борьба визуальной и буквенной коммуникаций характерна для многих современных процессов в культурной сфере. Визуальные коммуникации должны сосуществовать с вербальными, в первую очередь с письменными. Причина заключается в том, что если информация визуальная, а не вербальная, то разум оказывается в трудном положении, изображение не дает возможности различить частное и общее, снижает критичность восприятия информации. Письменное же сообщение помогает понять смысл, осмысленно принять его или отвергнуть. У образов есть «платоническая сила», они преобразуют частные идеи в общие. Посредством визуальных коммуникаций легче проводить стратегию убеждения, сомнительную в ином случае. Среди молодых москвичей-сторонников электронных средств получения информации можно отметить разделение на две группы. Во-первых, на тех, кто в основном смотрит телевидение, то есть получает готовые образы и готовое суждение о мире, без критического отбора получаемой информации. Во-вторых, на тех, кто смотрит на экран компьютера, то есть на тех, кто способен отбирать и обрабатывать информацию, критически ее осмысливать. Среди респондентов более старших возрастов это деление носит более размытый характер. Однако опросы показали, что многие независимо от возраста ориентированы на пассивное получение информации, они не придают значения источникам информации и тому, что могут стать объектом манипуляции. Тем самым начинается разделение культур на преимущественно визуальные и преимущественно вербальные.

Рост просмотра телевизионных программ как основного вида досуга, по мнению современных исследователей, влияет на формирование новых социально-культурных общностей и даже коренным образом преобразует все общество. По мнению У. Бека, телевидение обособляет и стандартизирует. С одной стороны, оно высвобождает людей из традиционно оформленных и связанных обстоятельств беседы, опыта и жизни. Но одновременно все находятся в сходной ситуации: потребляют институционально изготовленные телевизионные программы. Высвобождению из традиционных жизненных взаимосвязей способствуют унификация и стандартизация форм существования. Теперь даже внутри семьи каждый обособленно сидит перед «ящиком». Так возникает социально-структурный образ индивидуализированной массовой публики. Причем происходит это надкультурно, наднационально. Через средства массовой информации мы ведем своего рода двойственное пространственно-социальное существование.

У. Бек, объясняя механизмы взаимодействия телевидения и современного общества, говорит о ключевом влиянии включенности человека в проблемы, которые от него далеки и связаны с экспертной оценкой. Как правило, эксперты перекладывают свои противоречия на индивида и предлагают ему оценить все это критически. По мере создания всемирных информационных сетей биография все больше высвобождается из своего непосредственного жизненного круга и открывается поверх границ стран и опыта для некой дистанционной морали, которая потенциально заставляет индивида постоянно формировать собственное мнение. Эту постоянную перегрузку можно выдержать с помощью ее противоположности: упрощения, притупления, пропуска. <sup>3</sup>

Безусловно, большая рыночная ориентация телевидения по сравнению с литературой оказывает соответствующее влияние на сферу общественной информации. Система телевизионной коммуникации, делающая упор на коммерческие принципы, как правило, поощряет распространение эскапистских развлечений, развивает такие формы финансирования информации, как спонсорство, реклама и пиар. Распространяя технологии манипулирования информацией, все чаще прибегая к помощи беззастенчивой пропаганды, телевидение снижает возможности рационального обсуждения проблем общества.

Проиллюстрировать огромную общественную роль и значимость чтения можно на примере публицистического бума времен перестройки. Специалисты по социологии чтения отмечали заворачива-

ющий характер новой публицистики, состоящий в том, что речь в ней шла о недозволенном вчера, о запретном. А публицисты перестройки символизировали высокие идеалы правды, моральной чистоты, научной компетентности и художественного мастерства. По данным обследований Всесоюзной книжной палаты, в первую десятку публицистов 1988 г. входили Н. Шмелев, А. Нуйкин, Ю. Карякин, Г. Попов, Ю. Черниченко, А. Ваксберг, В. Селюнин, Ф. Бурлацкий, А. Стреляный, О. Лацис. Сегодняшняя коммерциализация культурных процессов придает драматический характер изменениям в информационной сфере. Произошедший упадок общественной направленности под влиянием рынка — еще один шаг в сторону «культурной пустыни».

Изменение роли литературы в российском обществе, произошедшее с невероятной скоростью, в течение буквально нескольких лет, заслуживает особого разговора. Исчезновение писателей и литературы вообще из центра общественного внимания, катастрофическое падение тиражей толстых журналов, дезориентированность писателей, которые либо перекавалифицируются в политических пропагандистов (за демократию, за коммунизм... неважно), либо уходят в творчество форм, абсолютно оторванных от социального контекста, все это — не просто результат вхождения страны в рынок. Писатели потеряли бывшее их монополией право высказывать альтернативные (по отношению к официальным) взгляды. Теперь на первой полосе ежедневной газеты можно найти то, о чем говорили только писатели, что заставляло ждать с нетерпением каждую новую книгу Астафьева, Айтматова, Белова, Распутина, Рыбакова и многих других. Писатели утратили роль людей, говорящих Истину (все равно кому — царям или широкой публике). И литература стала стремительно утрачивать свой престиж. Писатели, постепенно отрешаясь от иллюзий относительно высоты гражданского служения литературы, становятся профессионалами, интеллектуалами, как их коллеги на Западе, и приучаются вместе со всей страной «жить в рынке».

Капиталистическая система делает весьма энергичные попытки включить в систему своих отношений такие важные институты, как музеи, библиотеки, высшее образование и т.д. На наш взгляд, государство должно выступить гарантом сохранения важных элементов инфраструктуры сферы публичного, общественного. Понимание власти, государства как сервиса, это может обеспечить функционирование социальных коммуникаций.

Социокультурная ситуация современного города характеризуется тенденцией к усложнению. Она проявляется буквально во всем: в

труде, быту, при информационном обмене, в отношениях с предметным миром и людей друг с другом. Такое усложнение принято считать показателем развития человечества, социального и культурного процесса. Но его последствия с точки зрения человеческого фактора неоднозначны. Положительное значение связано с расширением границ для самореализации личности. Но возникают для людей и проблемы: изменения в системе знаний, ценностей, норм, образцов порождают ощущение неопределенности. Социокультурная ситуация в столице характеризуется ростом интенсивности воздействия на человека. Все большая часть его жизни становится регулируемой извне, формируются стереотипы поведения и реакции, связанные с восприятием окружающего мира. Извне человек получает новые знания, представления о ценностях и нормы, регулирующие его пристрастия, оценки, мировоззрение и поступки. Люди по-разному воспринимают и осмысливают сложность окружающего мира, новизну социально-политической ситуации и своего бытия в ее контексте, оценивают социокультурное пространство, ищут новые способы его освоения. Все ощущают на себе сегодняшнюю динамику жизни, ее насыщенность проблемами, противоречивость. Но не все одинаково видят источники проблем и противоречий, различны и предполагаемые средства решения. В настоящее время в условиях города динамика этих процессов особенно стремительна, в связи с этим усиливается и активность субъектов, проявляющаяся в стиле, манере поведения, предпочтении тех или иных форм социально-культурной адаптации, культурных ценностей, отдыха, досуга, рекреации. Каждый сам для себя создает доступную и приемлемую форму бытия вне производственного процесса, выбирает приоритетные ценности под воздействием тех или иных внешних и внутренних факторов.

Сегодня, в условиях возрастающего расслоения городского населения, особую значительную группу составляют люди, придерживающиеся знаний, ценностей, норм, образцов, выработанных в обществе за 70 лет существования советской власти. В условиях перехода к рыночным отношениям они не принимают новых «либеральных» ценностей, культурных образцов, форм организации проведения досуга, новых типов учреждений культуры, сферы развлечений. Даже имея возможности, финансовые и временные, для их посещения, лишившись в новых условиях традиционных учреждений культуры и привычного времяпрепровождения, они предпочитают проводить свободное время дома, в кругу семьи.

Другая категория населения, в основном младшее поколение,

лишенное культурных традиций, в том числе и досуговых, с легкостью вошла в новые досуговые нормативы. Для нее естественно ежевечернее пребывание в ресторанах, кафе, барах и ночных клубах с выступлениями посредственных артистов варьете, стрип-шоу и т.п. Она легко вошла в новый стиль жизни — сверкающего однообразия и пассивного времяпрепровождения в привычной компании и знакомом месте. Но, конечно, эта форма организации свободного времени доступна далеко не всем москвичам, а приблизительно лишь 5-7% наиболее обеспеченных.

Современная городская среда во многом определяет социокультурную ситуацию, которая характеризуется усложнением, выражающимся в многообразии, интенсивности и динамике происходящих в культуре процессов, и снижением уровня культурных требований к личности со стороны государства. Это происходит в связи с неспособностью государства создать условия социальные, экономические, политические, культурно-просветительские для нормального культурного развития личности.

Человек в новых условиях оказался перед множеством трудностей, та или иная реакция на которые и определяет его ориентацию на стереотипы или инновации в сфере досуга. Сеть культурно-досуговых учреждений современного мегаполиса должна выстраиваться и функционировать таким образом, чтобы удовлетворять культурные, духовные, интеллектуальные и рекреативные запросы всех категорий населения в равной степени. И при осмысленном подходе, учитывающем исторические, национальные, культурные особенности, традиции и инновации, это возможно.

В Москве работает большое количество театров, музеев, выставочных залов, кинотеатров, библиотек, концертных залов, консерватория; дискотеки, парки культуры и отдыха, парки по месту жительства, дворцы и дома культуры, клубы по интересам, интернет-кафе, закрытые клубы, стадионы, спортивные площадки, экскурсионные бюро и др. культурно-досуговые учреждения и организации.

За последние десять лет в столице открылось немало культурно-досуговых учреждений. Но многие — закрылись или были репрофилированы. Отразилось ли это на возможностях москвичей повышать свой культурный уровень? По мнению респондентов, сегодня возможностей повышать свой культурный уровень стало больше. Связано ли это с посещаемостью культурно-досуговых учреждений? Понять это помогут ответы на вопросы о том, как изменилась их посещаемость, как формируется досуговое поведение современных москвичей. По данным социологического исследования, большая

часть москвичей ощущает, что за последние 5-10 лет стали реже посещать культурно-досуговые учреждения.<sup>4</sup> В 2-4 раза меньше москвичей ответило, что стали посещать культурные учреждения чаще, исключение составляют парки (см. табл. 1).

Среди причин отказа от посещения культурно-досуговых учреждений для всех возрастов лидируют следующие: отсутствие времени, дороговизна, другие интересы участников исследования. Немаловажно и отсутствие информации, трудности с ее поиском. Для респондентов старших возрастов важно местонахождение учреждений культуры. Многие респонденты заняты работой, учебой, подработкой, семьей, домашним хозяйством. К концу дня накапливается усталость и не всем по силам вечером идти в какие-либо культурно-досуговые учреждения. Трудно рассчитывать, что заработанные деньги будут истрачены на дорогие билеты большинством отнюдь не богатых респондентов при дороговизне потребительской корзины.

Таблица 1

**Консолидированные ответы на вопрос  
о посещаемости культурно-досуговых учреждений  
в самовосприятии москвичей (в % от числа опрошенных)**

Культурно-досуговые учреждения	За последние 5-10 лет посещаемость учреждений		
	возросла	осталась такой же	снизилась
Театры	21	30	49
Музеи	16	34	50
Кинотеатры	26	25	49
Выставочные залы	16	31	53
Концертные залы, консерватория	15	28	57
Дискотеки	16	34	50
Парки культуры и отдыха	33	30	37
Парк по месту жительства	33	32	35
Дворец или дом культуры	17	27	56
Клубы по интересам	16	23	61

Рассмотрим проблемы работы культурно-досуговых учреждений с населением на примере библиотек. Библиотека как социальный институт изначально ориентирована на работу со всеми слоями населения, но всегда приоритетным направлением ее деятельности была работа с малообеспеченными и незащищенными категориями

граждан. Реализуя свою важнейшую информационную функцию, библиотеки все больше внимания уделяют информированности читателей по социальным и правовым вопросам. Библиотеки — это возможно лучшее приближение к тому, что называется общественная сфера. Информация, хранящаяся в них, доступна каждому, доступ к ней для отдельного читателя бесплатен. Если местная библиотека не в состоянии удовлетворить требования читателя, можно прибегнуть в большинстве случаев к помощи межбиблиотечного обмена. В сети библиотек работают профессионалы и оказывают помощь читателям, способствуя осуществлению права каждого на свободный и равный доступ к источникам информации.

Посещаемость библиотек в Москве выше, чем по стране в целом (пользователями библиотек являются более 2,5 млн. человек — в процентном отношении это больше, чем 9% по России). В то же время система библиотек постоянно подвергается нападкам не только с идеологических позиций, но и с практической стороны. Так, существенно снизилась площадь арендованных помещений (см. табл. 2).

Таблица 2

### **Динамика снижения площадей арендованных помещений публичных библиотек (тыс. кв. м)**

<b>Площадь арендованных помещений</b>	<b>1998 г.</b>	<b>1999 г.</b>	<b>2000 г.</b>	<b>2001 г.</b>	<b>2002 г.</b>
Библиотеки	409	280	142	111	75

Постоянно возникает вопрос о расходах. Идет речь о возможном уменьшении закупки книг, сокращении персонала, о том, нужно ли финансирование библиотек на приобретение периодики и выпуски газет, о том, сколько тратится средств на содержание помещений. Сегодня все громче раздаются голоса тех, кто обвиняет публичные библиотеки в том, что они отстали от времени, цепляются за книги, когда надо переходить на электронные носители. Претензии исходят из того, что будущее библиотек — в информационных технологиях, мультимедийности и, конечно, прежде всего в Интернете. Конечно, посещаемость библиотек зависит не только от фонда, но и от того, насколько библиотеки смогли расширить свои функциональные возможности и услуги для читателей, но внедрение новых услуг, связанное с большими материальными затратами, не должно нано-

суть ущерб доступности. Развитие публичных библиотек как информационных интеллект-центров в первую очередь должно быть нацелено на использование информационных ресурсов, их объединение и модернизацию, создание электронных каталогов и справочных систем. Перспективной целью должно стать формирование библиотечной системы Москвы на уровне, позволяющем включить ее информационно-культурное наследие в единое информационное пространство России и привлечь широкие слои населения.

Работа по технической модернизации библиотек не должна заменять реальной работы с читателем, особенно с социально незащищенными категориями. В Москве публичными библиотеками накоплен опыт в оказании помощи инвалидам. В арсенале библиотек города: специальные встречи, вечера, экскурсии и доставка книг на дом. Для инвалидов готовятся специальные подборки юридической, медицинской, профессиональной литературы по их желанию. Постепенно создаются дополнительные условия для работы людей с ограниченными возможностями в библиотечных помещениях (специализированные лифты, рабочие столы и т.п.).

В Централизованной библиотечной системе № 2 «Измайлово» ведется системное привлечение в библиотеки инвалидов: инвалидов-опорников (с обслуживанием на дому); слабовидящих и слепых (создан зал с «говорящими книгами»). Также ведется профориентация для глухонемых и обучение работе на компьютере.<sup>5</sup>

Непосредственная работа с населением, общение является тем, что, по нашему мнению, должно отличать государственные культурно-досуговые учреждения. Подражание коммерческим формам досуга или прямая коммерциализация культурных институтов — типичный путь. Рассмотреть проблемы предоставления услуг по проведению досуга, предоставляемых общественными учреждениями на бесплатной основе, и влияние экспансии коммерческих форм можно на примере клубных учреждений. Ведь клуб — одна из наиболее традиционных, существующих не один век форм общения людей и одновременно учреждение по организации культурного досуга. Формы и разновидности клубной деятельности чрезвычайно разнообразны. Отличительной особенностью клуба, ставшей причиной его удивительной выживаемости и популярности, является то, что он, во-первых, постоянно трансформируется с течением времени и изменением обстоятельств, во-вторых, чрезвычайно разнообразен, способен учитывать и удовлетворять запросы и интересы самых разнообразных категорий населения, слоев общества.

Клуб — это и место элитарного досуга представителей высших

кругов общества, имеющего узкословный характер (вспомним знаменитый в прошлом в России Английский клуб, Благородное собрание), и место и форма общения творческой интеллигенции, богемы (Объединения артистов, художников, музыкантов, литераторов и т.п.). Наконец, это просветительские учреждения для трудящихся первых лет советской власти, где приобщались к культуре строители нового социалистического государства. Клуб одновременно является культурно-просветительским учреждением и общественной организацией, добровольно объединяющей группы людей в целях общения, связанных общими интересами, для отдыха и развлечений.

Современная клубная отрасль Москвы представляет собой совокупность объектов культуры, различающихся по статусу, функциональным характеристикам, способам финансирования и экономической деятельности. Она включает в себя государственные или, как их часто называют, муниципальные клубные учреждения — это клубы, дома и дворцы культуры, принадлежащие различным ведомствам и предприятиям, а также постепенно расширяющаяся сеть различных формирований, связанных с разработкой новых моделей освоения и распространения культурных ценностей, в том числе частных, коммерческих, общественных формирований клубного типа.

Особую, многочисленную и постоянно растущую, развивающуюся группу клубных учреждений составили различные развлекательные центры, ориентированные на различные возрастные и социальные слои населения, разнообразный уровень достатка — от самого низкого до сверхвысокого. На сегодняшний день можно говорить о реально сформировавшейся в столице негосударственной индустрии досуга, где государственные клубные системы занимают лишь определенный, достаточно небольшой и по финансовым потокам, и по охвату населения сегмент.

В сложившейся ситуации есть и плюсы, и минусы. И то и другое следует пристально изучать, иметь объективную информацию о происходящих процессах и тенденциях. Это необходимо для выработки государственной стратегии и тактики в управлении этими процессами в интересах государства и общества. Однако, если государственные, большинство общественных формирований клубного типа, ориентированных на культурно-досуговую деятельность, открыты для исследователей, то изучение вновь образованных негосударственных, коммерческих учреждений, работающих в сфере досуга, развлечений, рекреации практически невозможно из-за их закрытости и отсутствия государственных нормативных актов, открывающих возможность для такого рода исследований и мониторинга.

Исследования, базирующиеся на опросе самих москвичей различного возраста, социального и экономического положения, являющихся посетителями всех клубных учреждений независимо от формы собственности, позволяют исследователям заглянуть за двери заведений, закрытых для них.

Противостоят ли коммерческие формы проведения досуга традиционным, как противостоит потребление саморазвитию (по-славянски потребление равнозначно истреблению)? На сегодняшний день наиболее важным вопросом является то, насколько удалось сохранить направленность работы в общедоступных клубных учреждениях. Массовое общение с использованием зрелищных форм культурно-эстетического воздействия, деятельность кружков, студий, коллективов народного творчества — именно данному клубному досугу принадлежит существенная роль в организации свободного времени всех слоев населения, в том числе малообеспеченных. Во-первых, клубы традиционно наиболее доступны, во-вторых, деятельность их наиболее осмысленна и носит просветительский, воспитательный характер.

Конечно, кризисные явления в социально-политической, экономической и культурной жизни общества отразились на деятельности клубов и на культурной активности москвичей. Об этом можно судить не только по низкой посещаемости клубов, но и театров, филармоний, выставочных залов и т.п.; 90% москвичей вынуждены проводить свой досуг дома. Во многих муниципальных районах 70-80% детей и подростков проводят свой досуг вне организованной культурно-досуговой среды, и ситуация продолжает осложняться.

К сожалению, сегодня условия для обеспечения полноценного досуга в московских клубах весьма далеки от оптимальных. К началу перестройки клубная сеть в Москве была довольно обширной. Клубы посещали миллионы москвичей всех возрастов и социальных категорий. В процессе перестройки ситуация в клубном фонде столицы претерпела кардинальные перемены, причем не в лучшую сторону. Клубных учреждений стало меньше, они утратили свою демократичность, доступность, сузился диапазон их деятельности, прежде бесплатные услуги стали платными и иногда очень дорогими. Произошло социальное расслоение общества, при котором большинство людей обеднело не только материально, но и духовно.

В этой ситуации неблагоприятные обстоятельства деятельности клубов особенно очевидны. Уже нет целостной системы учреждений культуры, деятельность которых субсидировалась предприятиями, профсоюзными комитетами, отраслевыми центрами. В результате

приватизации и перепрофилирования ведомственный клубный фонд сократился более чем на 60%, и число досуговых учреждений, которым организации-учредители отказывают в материальной поддержке, неуклонно увеличивается.

Недостаточно финансирование и государственных клубов. Несοвершенство нормативно-правовой базы, слабое материально-техническое оснащение, социальная незащищенность клубных работников и, как следствие, низкий престиж клубного учреждения и клубного специалиста — таковы причины крайне неудовлетворительной ситуации, сложившейся в сфере клубного досуга Москвы. Кроме того, в условиях глобальной коммерциализации досуга в клубных учреждениях заметно сворачивание деятельности, не окупающей расходы, — закрываются бесплатные кружки, студии, распускаются коллективы народного творчества. Между тем эти виды клубного досуга — еще и неотъемлемая часть самобытной культуры Отечества, сберегаемой и передаваемой из поколения в поколение.

Сегодня в представлении большинства молодежи культура — это способ проведения досуга. А именно: дискотеки, казино, концерты «звезд», не отличающихся высоким профессиональным уровнем и т.п. Потребление суррогата вместо настоящего культурного «продукта» ведет к отторжению подлинного искусства. Тем более, что приобщение к лучшим образцам отечественной и мировой культуры — это душевный труд, самосовершенствование. Приучать к нему надо с детства, и роль клубов в этом направлении трудно переоценить. Поэтому проблема сохранения, развития досуговых учреждений — государственных, ведомственных и прочих, привлечения к занятиям в них молодежи сегодня актуальна как никогда.

Каким видят и, главное, каким хотят видеть современный клуб москвичи? Получить ответ на этот вопрос являлось целью социологического исследования, проведенного в ноябре 2002 — январе 2003 гг. ЕНМЦ Комитета по культуре города Москвы и Институтом социально-политических исследований РАН. В нем принимали участие 950 человек, среди которых 44,2% мужчин, 55,8% — женщин. 10,2% из них имеют неполное среднее образование, 37,6% — среднее и среднее специальное, 52,2% — высшее и незаконченное высшее. Участниками исследования стали представители самых разнообразных слоев населения.

Как выяснилось в ходе исследования, сегодня более половины (55,6%) респондентов посещают московские клубы. Распределение полученных ответов по возрастным группам показывает, что посетители клубов чаще всего — это люди от 14 до 39 лет. В основном

посещаются частные заведения (45% ответов). 24,1% опрошенных заявили, что ходят в государственные клубы, а 30,9% — затруднились в ответе. При этом 57,9% — нравятся больше частные клубы, а 42,1% — государственные.

В ходе исследования 45% участников опроса высказались, что у них нет любимого клуба, и они ходят туда, где есть что-то интересное (28,6% — только в свой любимый клуб, 26,4% — в разные). 23,8% респондентов посещают клубные заведения два раза в месяц, 17,4% — еженедельно. 54,1% — посещают клубы с друзьями, 15,9% — с любимым человеком, 16,7% — приходят туда одни, 13,3% — с семьей и детьми (6 и 7,3% соответственно).

Таким образом, понятно, что клубный досуг — не только способ, форма общения, но и организация, способствующая творческому, духовному, интеллектуальному развитию, а также место для отдыха и развлечений.

Что же сегодня привлекает посетителей в клуб? Вот что ответили участники исследования. На первом месте в рейтинге ответов — возможность общаться с друзьями, сверстниками — 18,1% ответов, на втором — возможность весело провести время — 14,4%, на третьем — возможность встретиться с интересными людьми, писателями, поэтами, музыкантами, актерами кино и театра — 10,7%, на четвертом — повесить свой духовный, интеллектуальный, культурный уровень — 8,7%, на пятом — посидеть за чашечкой кофе, коктейлем — 7,3%. Возможность заняться любимым делом (художественное или техническое творчество, вязание, вышивка, шахматы, компьютер и др.) занимает шестое место в рейтинге ответов — 6,9%.

Ради того, чтобы посмотреть выступление своей любимой музыкальной группы, могут пойти в клуб 6,8% респондентов. Это седьмое место в списке. На восьмом — возможность «убить время», отдохнуть — 6,2% мнений. Далее: возможность принять участие в художественной самодетельности (пение, танцы, игра на музыкальных инструментах и т.п.) — 4,6%; пообщаться с представителями своей национальности — 2,6%; посидеть за игровыми автоматами — 2,1%; поиграть в рулетку, карты — 1,8%; встретиться с членами своего «фанклуба» — 1,7%. Закрывает перечень возможность получить дополнительное образование, повысить квалификацию, подготовиться в вуз — 1,9%. Другое мнение высказали 6,2% респондентов.

Полученные результаты по сути представляют готовую развернутую программу направлений деятельности клуба в соответствии с реальными запросами москвичей, на основании которой можно строить работу и составлять планы, они подтверждают, что и сегодня об-

шение является важным для посетителей клуба всех возрастов. Особо выделяют эту возможность 14—18-летние участники опроса (28,4%) и представители возрастных подгрупп 60—69 лет и 70 лет и старше — 20,7 и 21,7% соответственно.

Сегодня в России и столице нет массовых подростковых, молодежных организаций, чья деятельность направлена на воспитание, включение подрастающего поколения в активную культурную, общественную, экономическую и политическую жизнь общества. Не в лучшем положении и старшие поколения, им не хватает внимания и часто просто не с кем поговорить. Вероятно, поэтому именно в этих возрастных подгруппах 14—29 лет (от 20,8 до 19,2% ответов) и 70 лет и старше (21,7%) большое значение в работе клуба имеет возможность провести время не в одиночестве.

У большинства опрошенных свободное время (а 14,1% — заявили, что его нет) в основном занято просмотром телепередач, видео, чтением — 27,5%; хлопотами по хозяйству — 24,6%, т.е. домашним досугом. Далее: по 7,8% — общение во дворе с друзьями, знакомыми и посещения кино, театров, концертов, затем 7,5% участвующих в исследовании москвичей сказали, что их свободное время посвящено занятиям спортом, в фитнес-клубе, а 4,6% — учебе. Другие ответы дали 6,1% опрошенных жителей Москвы. Как видим, неформальному, выходящему за привычный круг непреложных обязанностей общению, досугу уделяется не так уж и много времени.<sup>6</sup>

Повысить свой духовный, культурный интеллектуальный уровень приходят в клуб в основном те москвичи, кому больше 30 лет. Дополнительное образование, повышение квалификации, подготовка в вуз особо важны для 25—29-летних, а также для 40—59-летних опрошенных москвичей. Возможность встретиться с интересными людьми, писателями, поэтами, музыкантами, актерами театра, кино и т.п. интересует в большей мере 30—59-летних респондентов. Художественное, техническое творчество, вязание, вышивка, шахматы и т.п. привлекают в основном респондентов не моложе 25 лет. Встреча с членами своего «фанклуба», любимой музыкальной группой в клубе привлекает больше молодежь 19—29 лет и близких к ним 30—39-летних. Художественной самодеятельности сегодня больше отдают свободное время 25—49 и 60—69-летние москвичи. Пообщаться с представителями своей национальности приходят в клуб в основном 30—49-летние респонденты. Игровые автоматы еще привлекают 19—24-летних и 30—39-летних участников исследования. Рулетка, карты — времяпрепровождение больше для 30—39-летних и 40—49-летних. Возможность посидеть за чашечкой кофе, коктейлем при-

влекает многих, но особенно 19—39-летних жителей столицы. Среди них больше тех, кто приходит «убить время».

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время большая часть столичной молодежи стремится в клубе «просто отдохнуть», причем отдых почти не связан с духовным совершенствованием, и меньшая — приобщиться к творческому процессу. Это интересует в основном представителей среднего и старшего поколений москвичей.

С одной стороны, в сегодняшней обстановке, когда социальные гарантии населению практически ничем не обеспечены, россиянам, чтобы выживать, растить детей, необходимо много работать. Понятно, что в этой ситуации речь, вероятней всего, может идти о скорейшем восстановлении затраченной энергии в основном путем пассивного потребления культурных благ в домашних условиях, у телевизора. С другой — тот, кто с детства, в семье и школе, подростковых и молодежных организациях, не приобрел навыков восстанавливать духовные и физические силы через приобщение к подлинным достижениям культуры, искусства, не только потребляя, но и создавая их по мере своих способностей, в любой ситуации скорее будет «привязан» к «времяубиванию», например, к игровым автоматам, рулетке, картам и другим сомнительным увеселениям. Чем больше времени проводит человек в такой атмосфере, приобретая соответствующие навыки, привычки, тем хуже для него и общества.

Проанализировав ситуацию с клубными учреждениями, можно сделать следующий вывод. Конкурировать с коммерческим досугом нужно, не уподобляясь ему, а предоставляя населению альтернативу пассивному потреблению. Именно творческие, активные формы досуга необходимо развивать в клубах. По мнению В.Г. Донского и Е.М. Ковалева, и с этим мнением трудно не согласиться, необходимо создавать многоступенчатую систему клубного обслуживания: от рекреации к культурной активности, от поисковых к целевым формам досугового поведения. Для основной массы населения необходимо наличие разветвленной клубной сети, предполагающей специализацию входящих в нее учреждений в зависимости от социокультурных ориентаций. В зависимости от условий возможно и объединение различных типов клубов в единые культурно-досуговые комплексы.<sup>7</sup>

Значительная часть досуговых учреждений работает (например, театры, музеи), сочетая рыночные и нерыночные принципы. На наш взгляд внедрение коммерческих услуг должно осуществляться дозированно, а в тех случаях, когда деятельность учреждений основа-

на на развитии творчества, на формировании общественного сознания, услуги должны быть преимущественно бесплатны в связи с высокой общественной значимостью подобной конструктивной деятельности. Сервисные отношения в досуговой сфере способствуют реализации гуманистической составляющей современной культуры. Рекреационная функция досуга в общественных учреждениях в большей степени сопряжена с преодолением отчуждения, возникающего между человеком и социумом. Развивающая функция досуга позволяет человеку самореализоваться.

Одна из основополагающих функций культуры — это объединение людей, причем объединение глубоко эмоциональное, и особую роль здесь играют праздники. Праздник можно назвать культурной универсалией, чьи обрядовые формы существуют со времен возникновения человеческого общества, хотя, конечно, и эмоциональный фон, и рациональное обоснование ритуалов коренным образом меняются. К типу объединяющих обрядов принадлежат ежегодные праздники, воспроизводящие славные страницы прошлого, например День Победы в нашей стране. Регулярно проводимые празднества вызывают в их участниках чувство особого подъема и оживления. Смысл праздников как достаточно сложных социальных явлений заключается в обозначении отношений индивида и общества, осознании индивидом общества как некой особой превосходящей реальности, требующей ритуального оформления.

Москва как любой мегаполис включает в себя разнородные социальные образования, группы людей, различающиеся и по национальной принадлежности, и по уровню доходов, и по такой интегральной характеристике, как стиль жизни. Могут ли праздники, общегородские в частности, повлиять на формирование чувства принадлежности, социальной общности?

В рамках исследования уровня организации досуга москвичей, проведенного ЕНМЦ и ИСПИ РАН в 2003—2004 гг., проходил опрос общественного мнения, посвященный общегородским праздникам. В частности, изучалось, как праздник «День города» вошел в культурную жизнь общества. Ответы москвичей на вопрос, как они проводят День города, представлены в табл. 3. В разной мере в празднике участвует около 40% респондентов. В то же время нельзя не отметить некоторую тенденцию проведения Дня города вне общего праздника. Выявить то, насколько организация праздника соответствует его идеологии, по нашему мнению, можно, проанализировав предложения респондентов. Так, 29% москвичей считают, что в День города можно сделать работу многих учреждений культуры бесплат-

ной (музеев, театров, концертных залов). 19% опрошенных считают необходимым обеспечить большую доступность праздничных концертных площадок. Повысить профессиональный и организационный уровень проводимых концертов считают нужным 13% респондентов. Столько же москвичей хотели бы, чтобы сами жители города активнее участвовали в празднике. Можно сделать вывод: москвичи видят свой праздник менее помпезным, более демократичным и хотят в этот день более широкого доступа к культурным благам.

Таблица 3

**«Как Вы проводите День города?»**  
(в % от числа опрошенных)

<b>Вариант ответа</b>	<b>Кол-во ответивших</b>
Гуляю по праздничному городу	23
Провожу его дома	21
Еду за город	18
Хожу в гости	17
Посещаю концерты, выставки, другие праздничные мероприятия	13
Принимаю участие в праздничных мероприятиях	4
Работаю	4

В проведении общегородских праздников особую роль играет музыкальное оформление, к сожалению, однобоко ориентированное на поп-культуру. Надо сказать, что оно во многом отражает общую ситуацию в сфере музыкальной культуры Москвы. Поскольку музыкальное искусство сложилось в виде трех жанровых групп (так называемая серьезная музыка — классика, «легкая» музыка и традиционное народное искусство), невозможно уйти от вопроса о различных предпочтениях слушательской аудитории. Задача усложняется наличием чрезвычайно распространенной сферы «стихийных», самостоятельных форм общения с музыкой (существует термин «сопутствующего способа восприятия музыки»), что ввиду недостаточно организованного процесса музыкального просвещения приводит к снижению интереса к серьезным жанрам и гипертрофированному увлечению популярной музыкой, подчас в самом примитивном ее виде. Так, некоторые сопутствующие способы восприятия определенных музыкальных жанров включают в себя негативные формы: пивную культуру, употребление легких наркотиков и т.п.

Для массового праздника больше подходит легкая по восприя-

тию музыка. Для большинства людей, чей музыкальный вкус не был целенаправленно сформирован, характерно предпочтение все той же популярной песенной и танцевальной музыки. В этом нет ничего предосудительного и нелогичного. Важнее, на наш взгляд, уделить внимание другой проблеме, а именно, потери критериев оценки культурных явлений, что характерно прежде всего для апологетов постмодернизма. Прослеживается свойственная современности тенденция без особого уважения относиться ко всякого рода авторитетам. Это нечто вроде простонародной насмешки над всеми, кто пытается навязать обычному человеку определенный образ поведения. Особо следует отметить антипатию к эстетическим нормам, основанным на представлении о «хорошем вкусе» или традиции. Установление каких-либо стандартов подвергается критике с тех позиций, что любой стандарт является продуктом полученного образования, личных пристрастий, классовых и политических предпочтений конкретного литературного или музыкального критика.

Вместо догм культура современного мегаполиса предлагает абак~разнообразие выбора, карнавальность, бесконечное количество решений. Зачастую за этим кроется отказ от поиска истины, склонность к пародии, легковесность, дурновкусие.

Наиболее знаменателен отказ культуры современного общества от поиска аутентичности. Если мы составим список слов, которые по смыслу близки к понятию «аутентичность» — «подлинный», «осмысленный» и «настоящий», — то заметим, что все они изгоняются из этой культуры. Превращение культуры в лоскутное одеяло, фрагментарность культуры приводят к тому, что социальная структура становится восприимчивой к пропагандируемым средствами массовой информации модным темам.

Таёт на глазах интерес молодых поколений к национальным истокам, культурным, музыкальным традициям. Можно найти увлеченных молодых людей ирландской музыкальной культурой, тибетской, но только не своей. Подобной ситуации нет, пожалуй, ни в одной стране мира. Преимущество исторических и культурных традиций — основа и гарантия развития социума. Современная городская культура все более отрывается от культуры предыдущих поколений, приобретая некий «наднациональный» космополитический характер. Русский и национальный фольклор все чаще приобретает характер коммерческой стилизации.

Опасения, которые высказываются противниками «лоскутности» культуры, упрощения и поверхностности восприятия, основаны на

страхе потери самоидентификации. Рефлексия, стремление к уточнению смыслов в этом случае противостоит множеству интерпретаций.

Культурный процесс более глубок и фундаментален, чем политический и экономический. Роль культуры особым образом актуализируется, приобретает решающий характер в переходные периоды. Культура не только хранит и передает исторически накапливаемый социальный опыт, но и генерирует новые программы деятельности. Причем наиболее активно вырабатывается новое на периферии культуры: в низких жанрах, в менее значимых видах деятельности. Так, в досуговой деятельности в силу ее подвижности и большей свободы могут формироваться будущие изменения, касающиеся культуры в целом. Одна из основных тенденций современного досуга — его информатизация.

Потребление информации стало одним из основных видов досуга. Информационные потоки влияют на общественное мнение, влияют на вкусы, интересы и в конечном счете могут определять поступки. Потребление информации возрастает в последние годы стремительными темпами. Количество ее становится все большим, а потребление всеядным. Человеку становится все труднее усвоить, систематизировать и осознать информацию. С учетом этого СМИ используют разнообразные клише, цель которых — воздействие на сознание и манипулирование. Основная часть опрошенных москвичей считает, что влияние средств массовой информации отрицательное и скорее отрицательное, чем положительное (соответственно 20 и 28%).

Мнение населения о влиянии различных источников информации и определенных социальных институтов на сознание, духовность и культуру представлено в табл. 4.<sup>8</sup> Досуг москвичей в последнее время чаще проходит у телевизора, за прослушиванием радио, чтением газет и журналов. Анализ указанных в таблице данных позволяет сделать вывод о том, что самые важные (с точки зрения длительности времяпрепровождения) агенты влияния оказывают в основном негативное воздействие на потребителей информации.

Информационная среда во многом действует на социально-психологическое состояние населения, обуславливая статус повышенной тревожности. Положительное и отрицательное влияние СМИ по определенным направлениям не является, по мнению москвичей, однозначным (см. табл. 5). Анализируя полученные данные, можно сказать, что наиболее проблемным аспектом работы СМИ является борьба с наркотиками. 29% опрошенных москвичей отмечают, что средства массовой информации исподволь пропагандируют асоци-

**Оценка влияния на сознание, духовность и культуру**  
(в % от числа опрошенных)

<b>Показатель</b>	<b>Положительное</b>	<b>Отрицательное</b>	<b>Затруднились ответить</b>
Телевидение	27	72	1
Радио	39	60	1
Газеты, журналы	49	51	0
Кино	32	65	3
Литература	79	21	0
Театр	89	3	8
Эстрада	41	42	17
Церковь	96	2	2

альные эталоны поведения. В то время как роль СМИ в борьбе с ними отметили только 6%. Негативную роль в развитии личности, в формировании кругозора потребителей информации отметило хотя и значительное число респондентов (каждый пятый), но как позитивные эти аспекты деятельности СМИ назвало больше опрошенных. На отношение к России и в патриотическом освещении, и в антипатриотическом указало незначительное число респондентов. Можно сделать следующий вывод. Вопросы национального самосознания мало волнуют как публику, так и сами средства массовой информации. К сожалению, это происходит на фоне ухудшения и усложнения межнациональных отношений. Такое равнодушие основной массы москвичей позволяет накапливаться скрытому напряжению, выводит многие латентные проблемы из сферы общественного обсуждения и осмысления.

Несмотря на то, что только 18% респондентов жалуются на односторонность информации, необходимо помнить простые истины. Сравнительно небольшие затраты на информационное обеспечение помогут поддержанию творческого потенциала населения. Снижение предложения качественной информации (в том числе в сфере знания) снижает и спрос. Наличие надежной и адекватной информации облегчает проведение полноценного обсуждения, тогда как недостаток ее и тем более ее тенденциозность почти неминуемо приведут к предвзятому решению любого вопроса. Проблемы доступа к информации, общее снижение ее содержательности обусловлены также сложившимся неэквивалентным обменом. Говоря о библиотеках и

**Положительное и отрицательное влияние СМИ**  
(в % от числа опрошенных)

Направление	Положительное влияние	%	Отрицательное влияние	%
Информация о событиях в стране и мире	Объективная, полная	38	Тенденциозная, однобокая	18
Влияние на кругозор потребителей информации	Расширяет кругозор	30	Сужает, дает информацию потребительского характера	20
Развитие личности	Стимулирует разностороннее развитие	20	Препятствует развитию	23
Антисоциальные явления (наркотики, алкоголь и др.)	Предупреждает о вреде	6	Ведет неявную пропаганду негативных явлений, создает притягательный образ	29
Патриотизм	Воспитывает чувство любви к Родине	3	Воспитывает чувство неприязни к Родине	6

чтении вообще, нужно подчеркнуть снижение общего числа и качества переводов научной литературы. В то же время и в сфере литературы, и в сфере массовых коммуникаций царит заимствование зарубежных образов развлекательной, не отягощенной смыслом продукции. Информационная, культурная экспансия находят много точек соприкосновения с общественными отношениями, с искусством. Как пишет исследовавший эту проблему Тоби Кларк, «средства создания идеологического сообщения практически безграничны: архитектура, театр, музыка, спорт, одежда, прическа».<sup>9</sup>

По данным ВЦИОМ, россияне следующим образом оценивают влияние западной культуры на российскую: 39% — считают, что оно отрицательно; 28% — скорее отрицательно, чем положительно; 22% — скорее положительно, чем отрицательно; 7% — считают это влияние положительное; 4% опрошенных затруднились дать опреде-

ленный ответ. Таким образом, 67% россиян выразили в той или иной степени свое негативное отношение к массивированной культурной экспансии Запада, неприятие вытеснения традиционной национальной культуры.<sup>10</sup>

На наш взгляд, для социологов, изучающих досуг граждан и деятельность культурных учреждений, необходимо большее внимание уделить дифференциации социальных групп по признаку доступа к информации и культурным ценностям, по стратегиям и жизненным стилям, все более проявляющимся в сфере свободного времени.

В плане выделения типологических групп было много сделано на исходе советского периода. Так, социологи зафиксировали, что в середине 80-х гг. происходит серьезное расслоение общества в культурном отношении. Исследования позволили выявить типологические группы, существенно отличающиеся по направленности и содержанию их культурной деятельности:

— группа, ориентированная на «высокую» классическую и современную культуру, на чтение, серьезную музыку, регулярное посещение театров, библиотек, художественных выставок, филармонических концертов. В кинотеатрах представители этой категории бывают редко, в клубы практически не ходят. Группа состоит в основном из гуманитарной интеллигенции, включая и часть естественно-научных и технических специалистов;

— группа, ориентированная на «мидикультуру» — популярные развлекательные жанры. Это постоянная аудитория мастеров эстрады, любители «легкой музыки», телешоу. В кино ее представители предпочитают иностранные кинокомедии, читают мало, в основном — детективно-приключенческую литературу, часто посещают кинотеатры и клубы. Типичный состав группы — ИТР, часть учащейся молодежи, служащие-неспециалисты, определенная часть рабочих;

— группа, ориентированная на традиционную народную культуру, чаще всего в сочетании с официальной мидикультурой. Особенно большое место здесь занимает просмотр телевизионных передач, выступающих не только главным, но чуть ли не единственным средством информации.<sup>11</sup> В составе этой группы — значительная часть крестьянства;

— группа, ориентированная на «массовую» культуру, в основном западного образца. Это — постоянные зрители зарубежных фильмов, аудитория бесчисленных вокально-инструментальных ансамблей, нередко самого низкого качества. В театры и на выставки ее представители практически не ходят. Огромное место в бюджете

свободного времени занимают у них компании, бесцельное время-препровождение. Типичный состав группы — учащиеся среднего профтехобразования, часть учащихся средних школ.

Разумеется, деление на эти группы было условным, еще более условна «привязка» тех или иных групп к социальным слоям общества, однако некоторую ориентировку в анализе культурной жизни населения они все же давали. Проведенный нами экспертный опрос специалистов в области изучения свободного времени и практических работников культурно-досуговых учреждений показал, что в целом деление на подобные группы воспроизводится и в постсоветском обществе. Между тем именно сейчас в результате социальных издержек рыночной реформы произошли кардинальные изменения социальной структуры, появление безработных и бизнесменов, все большее расслоение на бедных и богатых, изменились структуры ценностей и реальное поведение людей в сферах труда, быта, образования и отдыха. Большинство работников культурно-досуговой сферы и ученые, ее изучающие, сходятся во мнении, что только действенная государственная политика в этой сфере способна преодолеть диспропорции в использовании свободного времени различными социальными группами и сгладить негативные последствия социальной поляризации населения, особенно ярко проявляющиеся в условиях мегаполиса.

Разные возможности в реализации доступа к культурным благам характерны не только для групп населения с различным доходом, но и в территориальном аспекте (см. табл. 6). Главной особенностью Центрального административного округа Москвы является высокая степень насыщенности учреждениями культуры, что, естественно, обусловлено исторически.

Высокая концентрация дневного населения во многом оправдывает приоритет ЦАО. Однако по отдельным позициям (театры, Дома творчества, галереи, музеи, национальные объединения), на наш взгляд, необходимо развивать культурную инфраструктуру и в отдаленных от центра районах, чтобы не превращать их в культурные гетто.

Следует назвать три взаимодополняющих друг друга пути повышения обеспеченности Москвы соответствующими видами культурно-досуговых услуг:

- научно-методическое планирование текущей деятельности учреждений и организаций культурно-досуговой сферы;
- интенсификация использования имеющихся возможностей уч-

**Соотношение основных видов учреждений культуры,  
искусства и образования  
в Центральном административном округе (ЦАО)  
и в целом по Москве**

Вид учреждений культуры	Число организаций, учреждений	Из них в ЦАО	
		в абсолютном выражении	в %
Дома творчества	17	15	88,2
Концертные, культурно-зрелищные организации и коллективы	139	97	69,8
Концертные залы и площадки	56	41	73,2
Театры, театры-студии	191	136	71,2
Музеи	197	114	57,9
Галереи, выставочные залы	180	130	72,2
Кинотеатры	122	21	17,2
Государственные детские музыкальные и художественные школы	140	29	20,7
Клубы, дома и дворцы культуры	183	35	19,1
Библиотеки, за исключением библиотек учебных учреждений	525	91	17,3
Парки культуры и отдыха	37	14	37,8
Национальные культурные объединения и центры	138	110	79,7

реждений и предприятий культуры, творческого потенциала, трудовых, материальных и экономических ресурсов;

— разработка соответствующей законодательной базы, обеспечивающей государственную поддержку отрасли культуры города.

Перемены, которые переживает Россия и ее столица, характеризуются заметными противоречиями в объективном развитии культурного процесса. Так, в Москве, где социальная и культурная поляризация особенно ощутима, зарождается тенденция синтеза культурного и нравственного единения народа. В то же время именно в Москве, как нигде в России, велика опасность упрощения культуры вследствие бездумной, поверхностной вестернизации форм досуга.

Главной культурной особенностью московского мегаполиса явля-

ется большая концентрация эстетических и культурных ценностей, а значит, и потенциальных возможностей населения для приобщения к ним. Реализация же этих возможностей на практике может приводить к культурной дискриминации значительной части москвичей. Сегодня необходимо давать себе отчет в том, что только продуманная и взвешенная государственная политика, программный подход в сфере культуры могут создать нормальные условия для активного развития Москвы как столицы России, ее крупнейшего культурного центра.

<sup>1</sup> Социология в России. // Под ред. Ядава В.А. — М.: Изд-во Института социологии РАН. С. 463—469.

<sup>2</sup> Г о р д о н Л.А., К л о п о в Э.В. Человек после работы. Социальные проблемы быта и внерабочего времени. // По мат-лам изучения бюджетов времени рабочих в крупных городах европейской части СССР. — М.: Наука, 1972.

<sup>3</sup> Б е к У. Общество риска: На пути к другому модерну. — М.: Прогресс — Традиция, 2000. — С.195; то же, с. 201.

<sup>4</sup> В абсолютных цифрах посещаемость учреждений культуры выросла, она составила в 2004 году:

театров — 3,5 млн. человек (в 2002 г. — 3,3 млн);

музеев и выставочных залов — 4,25 млн. человек (в 2002 г. — 3,1 млн.);

библиотек — 17,9 млн. человек (в 2002 г. — 17,2 млн.);

парков культуры и отдыха — 13,4 млн. человек (в 2002 г. — 10,5 млн.);

кинотеатров — 5 млн. человек (в 2002 г. — 2,9 млн.);

учреждений клубного типа — 0,84 млн. человек (в 2002 г. — 0,53 млн.).

Такое рассогласование между абсолютными цифрами и восприятием москвичей говорит, во-первых, о все большем расслоении москвичей не только по материальному признаку, но и по доступности культурных благ и свободного времени; во-вторых, о недостаточности происходящих положительных сдвигов в культурно-досуговой сфере в восприятии людей (по материалам Городской целевой комплексной программы «Культура Москвы 2005-2007 гг. Приложение к постановлению Правительства Москвы от 5 апреля 2005 г. № 180-ПП. — М., 2005, с.15).

<sup>5</sup> Д о н с к о й В.Г., Л а д е н к о в а Е.Ю. Московские библиотеки: состояние, тенденции, перспективы // Науч. сб-к «ПОИСК». — Вып. VIII, с. 65—67 — М.: ИСПИ РАН, 2004.

<sup>6</sup> С 1990 г. Госкомстат прекратил проводить исследования бюджетов времени в связи с их большой стоимостью, но по результатам предшествующих исследований и локальным обследованиям известно, что использование бюджета времени жителями столицы аналогично его использованию в

«провинциальных» городах, но, пожалуй, — несколько хуже. Так, общая трудовая нагрузка у работающих мужчин в Пскове в 1986 г. была 64 часа в неделю, в Москве — 64,9 часа, у женщин соответственно — 77 и 74,6 часа. Объем свободного времени у москвичей оказался меньше, чем в других городах. У работающих мужчин Пскова он составлял 34,5 часа в неделю, а в Москве — 29; у женщин — 26,5 и 21,9 часа. Сравнительные международные исследования показали, что общая трудовая нагрузка (включая непроизводственную) у работающих мужчин в Пскове на 6-8 часов в неделю больше, чем в США и Финляндии, а у женщин — даже на 13-15 часов. Меньше у них, чем в США и Финляндии, и величина свободного времени: на 3-6 часов у мужчин и на 9-12 часов у женщин. В 1965 г. бюджет времени жителей Пскова выглядел не хуже, чем в США. (П а т р у ш е в В.Д. Изменения в использовании бюджета времени рабочих Москвы за 1923—1991 гг. М.: ИСПИ РАН, 1994.)

<sup>7</sup>Донской В.Г., Ковалева Е.М. Клуб — центр культурных инноваций. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2003. — С. 28—29.

<sup>8</sup>Донской В.Г., Ладенкова Е.Ю. Система ценностей деловой культуры. // Науч. сб-к «ПОИСК». — Вып. IX, с. 108.

<sup>9</sup>Clark T. Art and Propaganda in the Twentieth Century. — N.-Y., 1997. — P. 17.

<sup>10</sup>Аргументы и факты. — 2003. — №31.

<sup>11</sup>Социология в России/ Под ред. В.А. Ялова. — М.: Изд-во Института социологии РАН. — С. 678.

## Патриотизм и проблемы консолидации общества в зеркале социологии

*АНДРЕЕВ Эдуард Михайлович,  
доктор философских наук, профессор*

В современный период становления новой российской государственности и гражданского общества расширяется практика проведения различных видов социологических исследований по актуальным проблемам патриотизма и консолидации общества. В последние годы усилился интерес к этим проблемам как среди руководства страны, так и среди представителей науки, политики, бизнеса, образования, культуры, спорта, различных общественных организаций. Значение организации социологического мониторинга условий и факторов объединения групп населения с различными социальными и мировоззренческими характеристиками трудно сегодня переоценить в связи с необходимостью преодоления кризиса общества и государственного управления на основе разработки и реализации научно обоснованной общенациональной стратегии развития, ее усвоения и принятия общественным сознанием, широкого представления в духовно-практической деятельности граждан. Что показали эти исследования?

Прежде всего вызывают интерес результаты XIX и XX этапов мониторинга «Как живешь, Россия?», осуществляемого уже в течение 12 лет (1992—2004 гг.) научными сотрудниками ИСПИ РАН. Руководитель данных этапов исследования — д.с.н. В.К. Левашов. Опрос населения на XIX этапе проводился в октябре 2003 г. в 12 регионах РФ. Объем выборочной совокупности составил 1730 респондентов. Проблема изучения — резервы социополитической консолидации российского общества. Данные этого исследования нас интересуют прежде всего с позиций изменения общей картины и конкретной ситуации в стране за последние годы. О чем говорят эти данные?

Структуру проблемно-смыслового и поведенческого ядра жизни российского гражданина сегодня составляют: дороговизна жизни (60%), преступность (44%), повышение тарифов на жилье и коммунальные услуги (44%), экологическая обстановка (33%), наркомания (32%), терроризм (31%), безопасность (31%), произвол чиновников (29%), безработица (25%), падение нравов (25%), разделение общества на богатых и бедных (22%), алкоголизм (18%), закрытие, про-

стой предприятий (16%), задержка выплаты зарплаты, пенсий (11%), обострение межнациональных отношений (8%).

Перечисленные приоритеты образуют первичные базовые интересы общества, вокруг которых может и должна происходить консолидация общества и государства в том случае, когда они понимают и идут навстречу друг другу не только в декларациях, но и в практической политике. Анализ же показывает, что общество и государство пока не слышат друг друга по многим жизненно важным вопросам. Власть продолжает выстраивать стратегию анализа и политики в экономических категориях. Общество мыслит социальными категориями и не воспринимает лишние повседневных тревог абстракции экономических показателей [1].

Уровень позитивного отношения к курсу проводимых реформ остается на протяжении последних трех-четырех лет стабильным в районе 25%. Уровень отрицательного отношения уменьшился на 8 пунктов. Однако растет число безразличных и отчужденных от дел государства граждан.

Труд в обществе для 40% респондентов стал источником материального благополучия. В одном 2003 г. в значении индикатора позитивной трудовой мотивации произошел заметный скачок: за год он вырос с 30 до 40%. Видимо, усилия властей по созданию условий востребованности труда и его достойной, своевременной оплаты начинают приносить результаты. Однако нельзя не обратить внимания, что такое же число наиболее обездоленных респондентов отрицают наличие в обществе условий для честного труда [2].

В обществе по-прежнему остаются неиспользованными значительные резервы институциональной социополитической консолидации. Вырос уровень доверия граждан к президенту и его институтам, но остается низким или продолжает падать доверие к другим фундаментальным институтам общества и государства. Такая ситуация требует серьезного научного анализа и принятия мер по ее исправлению.

Главное социополитическое противоречие последних лет, определяющее характер массового сознания и уровень консолидации общества, выражает вопрос о социальных результатах приватизации в нашей стране. Налицо тот факт, что государству не удалось убедить российское общество в социальной эффективности проведенной реформы отношений собственности. «Чемпионами приватизации, по мнению граждан, являются теневые дельцы (48%) и работники управления (41%). Это означает, что в глазах общества приватизация имеет криминально-бюрократический характер. Столь

резко отрицательное мнение граждан об итогах приватизации и неоднократные высказывания президента России и высших чиновников о том, что итоги приватизации не будут пересмотрены, создают в общественном и массовом сознании коллизию, которая работает на разрушение потенциала социальной консолидации. Умалчивать или стараться не замечать это противоречие непродуктивно, ибо вопросы праведно или неправедно нажитой собственности лежат в фундаменте исторического сознания российского общества. Решение этих вопросов является ключевым фактором оздоровления обстановки в обществе. Если власть действительно стремится к устойчивому доверию общества, то она должна создавать условия для повышения социальной эффективности сформировавшихся отношений собственности и проводить их адаптацию к сложившейся социальной структуре. Тем более что усиливается тенденция социального разлома страны по территориально-региональному признаку. Все большее количество граждан перестает доверять центральным властям, а Москва не является социально-авторитетной столицей для всех россиян.

На 19% (с 50 до 69%) выросло число граждан, считающих, что большинство россиян не может повлиять на политические процессы в стране в целом. На 7% упал индикатор свободы политического выбора. Как позитивную тенденцию необходимо отметить рост индикатора обеспечения в обществе свободы слова. Но, учитывая моральный климат в стране, криминальную ситуацию и уровень коррупции, можно констатировать, что значения основных индикаторов выражения демократии сигнализируют о неблагоприятном положении дел в стране [3].

Пропорция оптимистов и пессимистов в вопросе о будущем России все же за десять лет незначительно изменилась в сторону оптимистов. Причем при социализме хотело бы жить около трети, а при капитализме — около четверти респондентов.

Индикатор личной безопасности принял одно из экстремально-низких значений за весь период его измерения.

Партийно-политический ландшафт России претерпевает структурные изменения и трансформируется от многополюсной — к двухполюсной «лево-правой» модели. Особенность этого процесса заключается в том, что он инициируется как массовым сознанием, так и усилиями власти. Каким образом власть будет разрешать сложившиеся в обществе противоречия, так и определится в последующем не только состояние массового сознания и поведения, но и

будущее страны: укрепятся ли в ней здоровые демократические силы или во власти и массовых настроениях укрепятся авторитарные тенденции [4].

Опрос населения на XX этапе мониторинга «Как живешь, Россия?» проводился в июне 2004 г. с помощью одного и того же инструментария среди респондентов (n=1627) и экспертов (n=438). Кроме данных XIX этапа, приведенных выше, интерес вызывает, учитывая тему нашего обзора, то обстоятельство, что авторы исследования попытались взглянуть на проблему патриотизма и консолидации российского общества под социологическим углом зрения и попробовали отыскать способы ее решения с учетом традиций и новых условий социальной и политической жизни в нашей стране.

Так, при ответе на вопрос: «Что для Вас означает слово «патриотизм?» первые три ответа у рядовых граждан (респондентов) и экспертов совпали. Как и следовало ожидать, самым востребованным оказался вариант ответа: «Патриотизм — это любовь к Родине» как наиболее распространенное мнение в массовом сознании и пропаганде (62 и 63%). Любовь к своей семье, родным, близким, а также к родному городу, деревне, дому — таков выбор, занявший 2 и 3 места (50 и 52% и 42 и 44% соответственно). Далее идут: «Любовь к русской культуре» (38% у респондентов и 50% — у экспертов); «Любовь к народу» (27 и 30%); «Возрождение традиций российского государства» (21 и 24%); «Стремление к социальной справедливости» (по 19%); «Любовь ко всему человечеству — гуманизм» (10 и 12%); «Возрождение традиций советского государства» (10 и 9%); «Стремление к безопасному глобальному миру» (по 9%); «Любовь к родному пепелищу, любовь к отеческим гробам» (8 и 11%); «Религиозная вера, которую я исповедую» (по 7%); «Коллективный, общинный образ жизни» (4 и 5%); «Патриотизм в условиях глобализации теряет свое значение» (4 и 5%); «Последнее прибежище негодяев» (1 и 3%).

Как справедливо отмечают авторы исследования, приведенное выше распределение ответов имеет свою логику: для большинства ответивших на вопросы слово «патриотизм» в первую очередь совпадает с «малой родиной»: семьей, родными, близкими, родным городом, деревней, домом. Именно эти ценности составляют ядро патриотизма в современной России, а национально-государственные, социально-политические ценности отступили на более далекий план. «Произошло это в силу обвального падения доверия граждан к государству, его политике, — пишет руководитель исследования. — На наших глазах в кратчайшие сроки, за несколько лет радикальных реформ, протекал процесс «разгосударствления» политического созна-

ния, патриотизма российского населения. Сегодня общество и его эксперты имеют сложившуюся, вполне определенную точку зрения о том, чьи интересы выражает и защищает российское государство» [5]. По мнению респондентов, это интересы государственной бюрократии (52%) и богатых слоев общества (50%), а эксперты на 74% считают, что государственной бюрократии, а на 50% — богатых. Всего лишь 9% респондентов и 8% экспертов отметили, что политическая практика современного российского государства отвечает идеалу социального государства.

Современный патриотизм проявляется и действует в условиях глобализации. Поэтому объективный процесс транснационализации в повестку дня всех стран поставил вопрос о патриотизме их внешней политики, о патриотической ценности политики национальных правительств. Социологический смысл этой политики состоит в том, имеет ли она широкую социальную базу, отражает ли общенациональные интересы и ценности, потребности большинства граждан и общества в целом или она проводится в узкокорпоративных интересах экономического и политического топ-менеджмента страны и действующих на ее территории ТНК [6].

Характерно, что при ответе на вопрос: «Каким образом Россия должна строить свои отношения с окружающим миром, исходя из собственных национальных интересов?» налицо проявились следующие тенденции: глубокая включенность массового и специализированного сознания в проблему; доминирующее мнение о необходимости проведения политики активного сотрудничества с другими странами; неудовлетворенность состоянием отношений России с окружающим миром. 70% экспертов и 52% респондентов считают, что Россия, исходя из своих национальных интересов, должна стараться развивать отношения с остальным миром.

Анализ и группировка ответов на вопросы о жизненно важных проблемах развития страны показывает, что налицо дефицит внимания, воли и продуктивности государственной политики в решении весьма острых и актуальных задач: повышения уровня эффективности экономики и качества жизни населения, развития сельского хозяйства, малого и среднего бизнеса, армии, социальной сферы, здравоохранения, образования, культуры. В настоящее время широкий круг вопросов политики пока еще по-прежнему задается доминантой стратегии выживания: экспертов и респондентов особо тревожит положение дел с ценами на продукты и товары первой необходимости, тарифы ЖКХ, размеры зарплат и пенсий, проблемы коррупции

и преступности, семьи, здоровья, воспитания молодого поколения, его трудоустройства, беспризорности, безработицы в целом, наркомании и алкоголизма.

В будущем, по их мнению, актуализируются такие стороны процессов глобализации, как охрана окружающей среды, борьба с бедностью, нищетой, терроризмом. Один из основных выводов данного исследования — общество испытывает явный дефицит уверенности в будущем [7].

В ноябре 2004 г. в 14 регионах РФ в рамках I этапа мониторинга «Российское общество: цели, интересы, ценности» сотрудниками отдела социологии политики и общественного мнения ИСПИ РАН был проведен всероссийский опрос, объем выборочной совокупности которого составил 1792 респондента (руководители исследования д.с.н. В.В. Локосов, к.с.н. Ю.Ю. Синелина).

По данным этого исследования, большинство граждан страны критически оценивают социально-политическое положение современной России, считая ее несамостоятельным государством (такую оценку дали 43% респондентов). Противоположной точки зрения придерживаются 36% опрошенных. Лишь 9% граждан считают, что источником власти в нашей стране является многонациональный российский народ. Реальными источниками власти в России ныне в глазах народа являются президент, бюрократия, криминалитет и олигархат — 45, 44, 38 и 31% соответственно.

Относительно наличия у российского общества единых, общих интересов, мнение респондентов раскололось: 40% из них убеждены, что общество разделено и не имеет общих интересов, а 33% придерживаются противоположной точки зрения. При этом социально-политический стереотип о главенстве государственных интересов над интересами человека в России не пользуется больше спросом: в защиту интересов человека высказались 59% респондентов, в защиту же интересов государства — лишь 19%.

Несмотря на сохранение негативных тенденций, в обществе преобладают позитивные настроения по многим существенным базовым показателям и, в частности, связанные с сохранением общих духовных ценностей: за эту позицию высказались 41% респондентов, против — 36%. Согласно их мнению, можно иметь разные интересы, но общие ценности, и это является чрезвычайно важным моментом: именно поддержка общности духовных ценностей ныне представляет собой один из немногих, но значимых способов консолидации общества в России.

Ответы на вопрос: «С какой из групп Вы испытываете чувство общности?» распределились следующим образом: 53% — с людьми, близкими по духу; 36% — с людьми того же поколения; 30% — с согражданами России; 26% — с людьми одной профессии, рода занятий. Следовательно, если «связать» ценности разных поколений с гражданскими чувствами людей, занятых в различных сферах труда, то можно получить весьма действенный алгоритм объединения общества [8].

Представляются важными еще два результата данного исследования: 1) общественное мнение граждан страны отчетливо находится на стороне поддержания политической независимости России и самобытного ее культурного развития на основе общих духовных ценностей; 2) две трети респондентов уверены в том, что Россия в состоянии сделать прорыв в своем развитии. Однако хотя стратегия этого прорыва, и его субъекты, и конструктивные теоретико-практические разработки методологии и технологии его реализации уже не являются *terra incognita*, все они пока остаются далекими от реальной политики, от формирования и воплощения в жизнь идеологии нового патриотизма, направленной на консолидацию и объединение общества.

Серьезную информацию для социологического анализа предоставляют материалы исследований, проведенных ВЦИОМ и Фондом общественного мнения, а также Социологическим центром РАГС. Так, по данным Всероссийского опроса городского и сельского населения, проведенного ВЦИОМ 25—28 января 2002 г. (1600 респондентов), по мнению россиян, для того чтобы считаться великой, наша страна должна прежде всего иметь высокий уровень благосостояния граждан (67%) и обладать высокоразвитой индустрией (66%). В основу великой державы должно быть положено также соблюдение прав и свобод человека (34%). При этом более чем в два раза увеличилось количество тех, кто считает обладание ядерным оружием обязательным атрибутом великой державы [9].

В представительном экспресс-опросе 2—6 ноября 2001 г. ВЦИОМ задал 1600 россиянам следующий вопрос: «Как Вы относитесь к идее «Россия для русских?».

16% респондентов поддержали эту идею, 20% — резко не поддержали, а 42% ответили так: ее было бы неплохо осуществить, но в разумных пределах [10].

24 ноября 2001 г. Фонд «Общественное мнение» провел Всероссийский опрос городского и сельского населения (1500 респондентов) по вопросам патриотизма.

Прежде всего россиян попросили объяснить, что такое патриотизм. Чаще всего опрошенные говорили о любви к Родине (32%), наделяя это чувство различными эпитетами: «безоглядная», «искренняя», «бескорыстная», «беззаветная», «беспредельная», «безоговорочная». Истинная любовь предполагает верность и преданность («верность Отчизне», «не продавать Родину, не эмигрировать»).

Другие респонденты (24%) понимают патриотизм не как чувство, а как действие, причем героическое, которое можно предпринять, когда Родине угрожает опасность, когда она нуждается в защите («это защита своей страны при угрозе внешнего врага»; «человек по своему желанию идет, например, на войну»; «это когда тебе говорят: надо встать ночью и идти защищать Родину»). Еще 5% опрошенных, как бы продолжая эту мысль, говорят о готовности к самопожертвованию как о непереносимом атрибуте патриотизма («жертвенность во имя своей страны», «отдать душу за Родину», «жертвоприношение в ее честь», «сложить голову во имя Родины»).

По мнению 4% участников опроса, патриотом является человек, который просто гордится своей страной («национальная гордость», «чувство гордости за свою страну»).

По мнению 6% респондентов, такая ценность, как патриотизм, сегодня девальвирована: «это слово утратило смысл», «патриоты были — сейчас их нет», патриотизм — «это сегодня пустое понятие».

Интересно, что когда участникам опроса предложили список из 25 слов, обозначающих различные ценности, и попросили выбрать три наиболее важных понятия, то «патриотизм» отметили лишь 3% опрошенных, а первые места заняли «безопасность», «мир» и «семья», получившие соответственно 33, 32 и 31% голосов [11].

Россиянам также задали вопрос: «На Ваш взгляд, по каким делам, поступкам можно судить о том, что человек является патриотом?». Респонденты (ответили 60% участников опроса) выделили следующие критерии (данные в % от числа опрошенных):

Честная жизнь гражданина в соответствии с моральными нормами («честным будет человек — вот уже и патриот», «когда трудишься честно, добросовестно, не воруешь у общества»)	25
Дела, направленные на процветание страны	16
Преданность месту, где родился («если человек не уезжает жить туда, где лучше, чем в России»)	10
Защита Родины («военный, который защищает Родину, нас — патриот»)	8

---

Подчинение собственных интересов интересам Родины, готовность к самопожертвованию, героические поступки («все отдать ради страны», «умение жертвовать собой», «способность на какие-то подвиги»)	7
Активная гражданская позиция («если человек небезразличен ко всему — например, выборы, в курсе всех новостей, которые касаются Родины»)	3

Сколько же патриотов у нас в стране? Половина опрошенных полагает, что в России патриоты составляют меньшинство (42%) или их даже вообще нет (8%), 20% считают, что как минимум половину россиян можно назвать патриотами, и 19% уверены, что этого звания достойно большинство граждан нашей страны [12].

При изучении отношения населения к историческим достижениям, событиям и личностям особое значение имеет выявление тех представлений, которые играют роль ценностных ориентиров, способствующих укреплению гражданского самосознания и патриотизма. Но историческая память хранит и картины бесславных войн, кровавых репрессий, социальных невзгод, приведших к огромным человеческим, материальным и нравственным утратам. Такие явления, напротив, рождают у людей отрицательные эмоции, могут вызывать отчуждение по отношению к стране и государству.

С учетом отмеченного Социологическим центром РАГС в июне 2001 г. было проведено исследование в 26 субъектах РФ проблем формирования патриотического отношения граждан к Отечеству в современный период трансформации духовных ценностей, социальных институтов и нравственных регуляторов поведения. Выборочная совокупность опрошенных — 2401 человек.

Во-первых, опрошенным были заданы вопросы о том, какими достижениями в истории России, по их мнению, можно гордиться, а какие события прошлого вызывают у них чувства горечи и стыда. В обоих случаях респонденты формулировали свои ответы без подсказок социологов. Статистически значимые распределения ответов представлены в табл. 1.

Полученную картину дополняют следующие факты:

- 77,7% опрошенных полагают, что Россия оказала значительное влияние на мировое развитие в области науки;
- 71,0% отметили ее большой вклад в прогресс человечества в области культуры (поэзии, музыки, живописи и др.);
- 45,3% считают, что видное место нашей страны в мире обус-

**Распределение представлений о символах гордости и  
об отрицательных событиях в отечественной истории**  
(в % от числа опрошенных)

<b>Символ гордости</b>	<b>Показатель</b>	<b>Отрицательное событие</b>	<b>Показатель</b>
Развитие космонавтики	32,6	Война в Чечне	21,0
Победа над фашизмом	23,2	Сталинские репрессии	13,6
Научные достижения	15,7	Горбачевская перестройка	12,7
Культура и искусство	13,6	Война в Афганистане	9,2
Создание военной техники	7,3	Развал СССР	6,6

ловлено ее военной мощью, которая была достигнута в советский период.

Судя по этим данным, историческую гордость у многих граждан вызывают прежде всего достижения в сфере отечественной науки и техники, культуры и искусства, а также успехи в военной области, определяющие ее высокий статус в мире. Что касается отрицательных представлений об историческом прошлом, то они в основном связаны с политическими событиями, ослабившими, по оценкам опрошенных, страну и государство.

В полном соответствии с этой логикой восприятия отечественной истории абсолютное большинство населения отметили выдающуюся роль в ней таких неординарных представителей отечественной мысли, как Менделеев (93,3% опрошенных), Пушкин (91,8%), Ломоносов (89,9%), Циолковский (84,7%), Лев Толстой (84,0%), Королев (79,2%) и многие другие, а также талантливых военачальников — Суворов (85,0%), Жуков (80,8%) и т.д. Их большую роль в развитии России одинаково высоко оценивают представители различных демографических групп, территориальных и национальных общностей. Значение данных символов гордости в формировании уважительного отношения российских граждан к истории своего Отечества трудно переоценить [13].

Совокупность социологических материалов данного исследования демонстрирует две тенденции в понимании исторического прош-

лого представителями различных социальных категорий населения. Одна тенденция выражается в относительно большей приверженности традиционному российскому патриотизму представителей **старших возрастных групп населения. Другая тенденция состоит в относительно большей склонности образованной части населения к положительному восприятию жизненных стандартов, проникающих из-за рубежа.** Обе тенденции находят отражение в различиях оценок ментальных качеств русского народа, исторического прошлого страны, перспектив России, эмиграционных настроениях и т.д.

Особый интерес представляет национальная и гражданская самоидентификация молодежи, проявляющаяся в суждениях о русском народе, о статусе Российского государства на международной арене и т.д. Обратимся в связи со сказанным к данным табл. 2.

Таблица 2

**Доли положительных оценок исторически обоснованных характеристик русского народа в разных возрастных группах**  
(в % от числа опрошенных в каждой группе)

Характеристика русского народа	Возрастная группа			В целом среди опрошенных
	18—24 года	40—49 лет	50—59 лет	
Народ-освободитель	74,2	80,1	79,4	78,9
Созидатель великой культуры	78,4	77,7	80,6	78,2
Народ-строитель	63,8	70,0	71,6	69,1
Защитник народов	60,8	65,8	65,2	63,9
Технически передовой народ	46,8	54,9	54,8	51,3
Народ-коллективист	43,4	48,0	51,4	48,2
Высоконравственный народ	39,2	45,5	42,2	44,8

Расхождения в доле положительных оценок различных ментальных качеств русского народа в разных возрастных группах невелики. Тем не менее среди молодых людей относительно меньшее количество высоких оценок созидательного и нравственного потенциала русского народа. Главное же состоит в расхождении представлений, с одной стороны, о великом культурном наследии и, с другой

— о недостаточном нравственном потенциале народа. Скорее всего культура ассоциируется в сознании людей с элитным духовным производством и его гениями, а уровень нравственности оценивается на основе практики повседневной жизни. В этом состоит одна из реальных проблем современного этапа развития нашего общества, суть которой в том, что «большая» культура вытесняется из духовной жизни на периферию эрзацами массовой культуры.

Обращает на себя внимание и то, что на протяжении многих лет сохраняется предрасположенность значительной части наших граждан к эмиграции из России. Причем это стремление выражают не только представители науки, искусства, спорта и других категорий населения, рассчитывающих на улучшение возможностей для достойной работы, получения зарплаты, удовлетворения творческих амбиций и т.д. Общая статистика ответов на этот счет изложена в табл. 3.

Таблица 3

**Распространенность эмиграционных настроений**  
(в % от числа опрошенных)

<b>Настроение</b>	<b>1990 г.</b>	<b>1993 г.</b>	<b>1998 г.</b>	<b>2001 г.</b>
Не имеют желаний уезжать в другую страну	71,0	72,3	66,8	68,0
Хотели бы уехать в другую страну на постоянное место жительства или временно	19,0	14,5	22,7	20,8
Затруднились ответить	10,0	13,2	11,2	11,1

При этом, чем моложе возрастная группа опрошенных, тем чаще у ее представителей выражено стремление временно или даже навсегда перебраться в другую страну.

Эмиграционные настроения обусловлены экономическими, социальными и многими другими проблемами жизнеобеспечения населения. В какой-то мере их иллюстрируют следующие данные исследования, проведенного в декабре 2001 г. (опрошены по всесоюзной выборке 2400 человек):

— 61,4% респондентов крайне низко оценили степень своей защищенности от возможных экономических потрясений;

— 74,8% считают, что их социальное положение в обществе хуже, чем оно должно быть по их представлениям;

— 65,2% постоянно опасаются стать жертвами преступлений.

Выявление разнородных исторических представлений в массовом сознании необходимо для их учета в формировании патриотического отношения населения к стране и государству, в усилении воспитательного воздействия культуры, искусства, образования, средств массовой информации в этом процессе. Тем более что радикальные изменения, происходящие сегодня во всех областях жизни российского общества, накладывают существенный отпечаток на наше восприятие событий прошлого. В этих условиях исключительное значение приобретает бережное отношение к тем ценностям, которые составляют основу менталитета российского народа. С другой стороны, в решении задач формирования исторического, патриотического сознания необходимо искать новые подходы, соответствующие нынешним реалиям [14].

Осмысливая данные социологического исследования, проведенного учеными РАГС, нельзя не отметить, что оно зафиксировало все еще сохраняющийся содержательный духовный мир россиян, что подтверждается как довольно высокой степенью интереса к стране, ее прошлому и настоящему, так и высоким уровнем знания о различных этапах истории, о великих людях, о России в мировом научно-техническом и культурно-историческом процессе. Так, почти 80% опрошенных, проживающих в столичных, крупных и средних городах, в селах и поселках городского типа, очень интересуются или скорее интересуются историческим прошлым страны. При этом наибольший интерес к нему проявляют люди 40—49 лет (81,8%), ненамного отстают от них 18—29-летние, как правило, проживающие в больших и средних городах. Число совсем не интересующихся прошлым не превышает 3,5% опрошенных.

Этот же тезис подтверждается чувством гордости, которое проявляют респонденты, оценивая историческую и современную Россию, ее место и роль в мире в прошлом и настоящем. Так, треть респондентов уверена, что Россия была и остается великой мировой державой, свыше половины полагают, что сегодня она перестала быть великой, но вновь может стать таковой. При этом именно так считают 18—29-летние и люди более старшего возраста. 61% опрошенных, среди которых люди молодые, среднего и пожилого возраста, согласны с утверждением: «Несмотря ни на что, Россия лучше, чем большинство других стран». Около 80% участников опроса предпочитают оставаться и жить в России даже при плохом развитии событий, в том числе свыше 50% молодых в возрасте 18—24 лет, почти 62% 30—39 летних.

Выразительны оценки того влияния, которое оказала Россия на мировой культурно-исторический процесс. Свыше трех четвертей всех участников опроса в возрасте от 18 до 60 лет и старше справедливо полагают, что это влияние было очень большим, особенно в области науки и культуры. Более чем каждый второй отрицательно относится к демонтажу памятников советской истории, среди них почти 40% молодых в возрасте 18—24 года, почти 45% — 25—29-летних. Наконец, даже в условиях жесткого финансового дефицита более трети респондентов полагают безусловно нужным расходовать государственные средства на восстановление памятников истории и культуры. При этом одинаковую заинтересованность в усилении этого направления культурной политики государства проявляют жители как столичных городов, краевых и областных центров, так и средних городов, сельских населенных пунктов.

Вполне очевидно, что на высокие оценки истории страны и содержание исторической памяти респондентов оказывает влияние их отношение к народу России. Его характеризуют как народ-освободитель (свыше трех четвертей 18—39-летних), как народ-строитель (так считают почти 64% молодых, свыше 70% 40—60-летних), как высококонравственный, технически передовой народ, выступающий в качестве защитника других народов (таково мнение 60% 18—24-летних и свыше 73% тех, кому 60 лет и больше).

Подобные характеристики встречаются и в ряде других исследований. Так, по данным Л.И. Мухамедовой, проводившей исследование в Астраханской области, содержание представлений о российском народе со временем углубляется, что находит подтверждение в следующих данных<sup>1</sup> (в %).

<b>Что в первую очередь связано у Вас с мыслью о вашем народе?</b>	<b>1989 г.</b>	<b>1994 г.</b>	<b>1999 г.</b>
Наше прошлое, наша история	26,0	37,0	48,0
Наша земля, территория	12,0	25,0	26,0
Душевные качества моего народа	14,0	16,0	19,0
Великие люди моей национальности	8,0	10,0	14,0
Наше трудолюбие, хозяйственность	5,0	6,0	10,0
Наша военная мощь	2,0	5,0	7,0

Опрошенным был задан и такой вопрос: «Что, на Ваш взгляд, принесло больше хорошего или плохого для народов России?» Ниже приводятся ответы на этот вопрос (в % к числу опрошенных).

Ответ	Больше хорошего	Не имело значения	Больше плохого	Трудно сказать
Большая территория	53,2	12,2	15,0	19,6
Многонациональный состав населения	39,8	16,3	23,8	20,1
Централизация власти в руках царей, императоров, генеральных секретарей, президентов	—	—	—	—
Русский язык как государственный и как язык межнационального общения	71,4	10,6	2,6	15,4

Ответ на поставленный вопрос требовал от респондентов определенной исторической подготовки, достаточно широкого круга специальных знаний, умений анализировать исторические явления, делать выводы и обобщения. Анализ полученных ответов позволяет сделать вывод, что большинство опрошенных респондентов обладают достаточно сформированным историческим мышлением то ли интуитивно, то ли при получении опыта.

Приведенные факты — яркое доказательство того, насколько важно сегодня использовать историческое образование и воспитание в интересах консолидации общества на основе бережного отношения россиян к своему великому и богатому культурно-историческому наследию.

Исследование, проведенное еще более десяти лет назад, зафиксировало и такую тенденцию в развитии исторического сознания, как своеобразное возрождение народного духа, тягу к культурному и духовному наследию. Отмечалось, что положительно воспринимаются незаслуженно забытые имена, городам и улицам возвращают их прежние названия. Большинство населения поддерживает возрождение народных промыслов, народной медицины, народных гуляний, ярмарок и т.д. Исследование 2001 г. подтвердило укрепление и расширение диапазона действия этой тенденции [15].

В ходе исследования выяснялся вопрос, касающийся источников

получения знаний об истории России. К наиболее эффективным две трети участников опроса отнесли школьные и вузовские учебники, 60% — кинофильмы, 54,6% — телепередачи. К сожалению, у многих респондентов оказались слабо востребованными такие носители информации, как специальная историческая литература, мемуары, рассказы людей старших поколений. Последняя позиция корреспондируется с ответом на другие вопросы анкеты: «Знаете ли Вы имя и отчество Ваших прадедов?», «Знаете ли Вы имя и отчество Ваших дедов?», «Сохранились ли в Вашей семье следующие реликвии?». Оказалось, что только менее чем в каждой третьей семье помнят имя деда, сохранились фотографии ближайших и более далеких предков. Имя прадеда помнит каждый четвертый-пятый опрошенный. Плохо сохраняются в современных семьях знаки отличия родственников (ордена, медали, почетные грамоты, наградные документы): положительно об этом заявила только половина респондентов. Иными словами, домашние архивы, свидетельства участников событий прошлого не рассматриваются многими участниками исследования в качестве источника знания об истории страны и семьи, населенного пункта. В этом, представляется, состоит одна из неотложных задач формирования исторического сознания, исторической культуры соотечественников.

Одновременно ответ на вопрос об источниках информации ставит в повестку дня проблему ответственности телевидения, журналов и газет, радиовещания, именно они формируют оценки исторических событий у более чем половины участников опроса: каждый второй черпает знания из программ телевидения, 42,5% — из газет и журналов, почти каждый пятый — из радиопрограмм.

Участникам исследования 2001 г. был задан вопрос: «Как Вы относитесь к широкому использованию иностранных слов в газетных и журнальных публикациях в радио- и телепередачах?». Ответы распределились следующим образом (в % от общего числа опрошенных).

Очень положительно	2,8
Положительно	13,2
Безразлично	32,0
Отрицательно	36,1
Очень отрицательно	8,9
Затруднились ответить	7,0

Более 30% опрошенных вне зависимости от образования безразлично относятся к засорению языка вульгаризмами, иностранными словами, а 16% всецело приветствуют это явление.

Разумеется, язык не есть раз и навсегда данное средство человеческого общения. Он развивается, обогащается, испытывает влияние других языков в процессе естественно-исторического развития. Искусственно форсировать или тормозить процесс обогащения языка вряд ли целесообразно. Речь идет о необходимости формирования у населения России языковой культуры.

Приведем только один факт. В 2001 г. для поступающих в Российскую академию государственной службы при Президенте Российской Федерации (а это в основном государственные служащие, имеющие высшее образование) был впервые введен экзамен по русскому языку, который сдавали более тысячи человек. Результаты экзаменов оказались весьма показательными: 10% сдававших получили неудовлетворительные оценки, 25% — удовлетворительные.

В вопросах формирования языковой культуры населения России, особенно у подрастающего поколения, необходимы государственный подход, скоординированность, целенаправленность и последовательность действий всех социальных институтов.

Итак, проведенный анализ реального состояния исторического сознания населения России на рубеже веков позволяет сделать вывод, что массовое историческое сознание по своему характеру является преимущественно обыденным, эмоционально окрашенным. В нем причудливо уживаются «хорошие» и «плохие» исторические события, преобладают априорные оценки, суждения, мнения, сложившиеся под влиянием, главным образом, средств массовой информации, житейского опыта, личных восприятий и оценок исторических событий. Реальное историческое сознание россиян является сложным, противоречивым, достаточно динамичным и подвижным духовным образованием. В нем активно противоборствуют старое и новое, разрушаются одни стереотипы и идеологемы и привносятся другие, не всегда свободные от искажений и иллюзорных представлений.

В историческом сознании отражаются все противоречия, свойственные нашему обществу. Это сознание в значительной степени идеологизировано и политизировано. Поэтому формирование подлинно научного исторического сознания населения становится актуальной теоретической и практической задачей дня, стратегии государственного управления, насущным делом всех социальных институтов [16].

Прежде системе формирования патриотизма народа была подчинена мощная и скоординированная система образования, книгоиздательства, кино, учреждений культуры — библиотек, театров, музеев и т.д. Речь в этом случае идет не об идеологическом содержании, а об организационной и финансовой основе этой системы. Она позволяла достаточно эффективно решать задачи культурного тиражирования и иной поддержки важнейших направлений духовного производства. Ныне условия совершенно иные. Произошло разгосударствление СМИ, культуры и в значительной степени образования. Уменьшились не только объемы финансирования учреждений и организаций сферы духовной жизни, но и ухудшились возможности для влияния государства на развитие духовных и нравственных ресурсов общества.

При снижении уровня духовного производства и определенной утрате нормативного контроля над его содержанием оказалась ослабленной традиционная для нашего общества просветительская роль прессы, литературы и искусства. Теперь неясно, кто преимущественно и в каком направлении выполняет «пастырскую» миссию утверждения ценностных ориентиров жизни и нормативно-практических регуляторов поведения [17].

«Что, на Ваш взгляд, имеет сейчас в России больше всего/меньше всего власти, влияния?» — такой вопрос поставил ВЦИОМ перед своими 1600 респондентами во время опроса, проведенного 27 ноября — 1 декабря 2003 г. [18]. Ответы были таковы: 71% — деньги, богатство; 10% — водка, наркотики; 8% — начальство; 5% — закон; 2% — совесть.

Эти факторы, по мнению опрошенных, имеют наибольшее влияние. Наименьшее — совесть (52%) и закон (25%).

В этом опросе изучалась проблема патриотического воспитания молодежи.

89% респондентов подчеркнули в своих ответах необходимость уделять больше внимания патриотическому воспитанию молодежи. Причем 62% считают, что при этом важно обращаться к опыту патриотического воспитания советского времени (22% — что не нужно). Относительно использования опыта других стран мнения разделились: 31% считают, что это делать необходимо, 40% — нет.

58% опрошенных убеждены, что сегодня школа не воспитывает патриотизма. 69% — того же мнения и относительно СМИ. Семья в этом отношении выглядит лучше: 44% респондентов отметили ее воспитательное воздействие. Однако 39% считают, что семья ныне тоже не воспитывает патриотизма.

72% опрошенных убеждены, что патриотическое воспитание может приносить только пользу; 13% — не только пользу, но и вред. 78% респондентов считают, что патриот должен и любить Родину, и гордиться ею; 12% — любить может, а гордиться ею не обязан.

На вопрос «Что такое «патриотическое воспитание», как Вы понимаете это выражение?» были получены следующие ответы:

воспитание любви и уважения к Родине — 46%;

воспитание детей и молодежи — 26%;

служба в армии, защита Отечества — 11%;

труд и служение на благо Родины, забота о людях своей страны — 7%;

быть патриотом — 2%;

политическое, идеологическое воспитание, пропаганда идей патриотизма — 1%;

негативные суждения — 1 %;

другое — 1%;

затрудняюсь ответить, нет ответа — 23% [19].

Остановимся на краткой характеристике результатов последних по времени (2003—2005 гг.) социологических исследований весьма значимых для российского общества проблем, ставших темой нашего научного обзора.

С 20 по 27 июня 2005 г. Социологическим центром РАГС в 22 субъектах РФ по общероссийской репрезентативной выборке был проведен выборочный социологический опрос населения нашей страны (всего опрошены 1600 чел. в возрасте от 18 лет и старше), посвященный проблеме патриотизма как феномену общественного сознания в российском обществе. Непосредственная тема опроса: «Россия: ее настоящее и будущее в общественном мнении» [20].

Прежде всего каждому респонденту был задан вопрос: «Считаете ли Вы себя патриотом России?», 81,3% из них ответили «Да или Пожалуй, да», 13,3% — «Нет или Пожалуй, нет». Половина опрошенных (48,9%) убеждена, что если сейчас Россия ослаблена, то со временем все равно она станет великой мировой державой, 22,9% уверены, что она таковой была и остается сейчас. Вместе с тем больше половины (51,8%) считает, что Россия может оказаться расчлененной на несколько государств. 43,1% думают, что это абсолютно невозможно или маловероятно.

Целостности России в настоящее время, по мнению респондентов, угрожают следующие обстоятельства:

состояние народа: бедность, сокращение численности — 54,4%;

состояние экономики, ее зависимость от стран Запада — 42,3%;

состояние власти и гос. управления — 37,3%;  
терроризм — 33,3%;  
стремление некоторых государств развалить Россию — 32,6%;  
состояние международных отношений в стране — 26,6%;  
состояние Вооруженных Сил — 26,5%;  
претензии некоторых государств на часть территории России — 23,3%.

В целях укрепления безопасности нашей страны, считают опрошенные, необходимо осуществить следующие меры:

ограничить утечку капиталов за границу — 88,2%;  
ограничить экспорт нефти, металлов и другого сырья за границу в интересах развития собственного производства — 77,9%;  
ограничить импорт продовольствия в интересах развития собственного производства — 72,1%;  
установить монополию государства на добычу полезных ископаемых — 77,5%.

92,2% респондентов отметили, что главной или если не главной, то важной задачей является укрепление оборонной мощи России, в том числе поддержка армии деньгами и производство вооружений. Для сохранения целостности и повышения международного авторитета России они считают необходимыми такие меры, как: совершенствование экономической политики (21,1%); усиление внимания к социальной сфере (образованию, науке, медицине, соцобеспечению стариков, детей, инвалидов) — 13%; совершенствование власти и гос. управления — 11,1%; повышение внимания к состоянию Вооруженных Сил (9,7%); наведение порядка, соблюдение законов, борьба с преступностью (9,3%); борьба с бедностью и сокращением численности населения (7,9%); обеспечение независимости России от стран Запада (7,3%); преодоление коррупции в органах власти (5,2%); улучшение состояния международных отношений в стране (3,2%); смена власти (3,1%); борьба с терроризмом (2,3%); борьба с экономическими преступлениями (1,2%); другое (10,2%).

На вопрос «Какие чувства у Вас вызывает современное состояние России?» были получены ответы: «И гордость, и горечь одновременно» — 39,2%; «Горечь, обусловленную нынешним состоянием» — 34,4%; «Гордость, несмотря ни на что» — 15,7%. 94,6% респондентов испытывают гордость, когда узнают об успехах России в международных делах, науке, искусстве, спорте и т.д., а 68,9% согласны с утверждением о том, что, несмотря ни на что, Россия лучше, чем большинство других стран. Две трети опрошенных гражд-

дан предпочитают жить в России даже при плохом развитии событий; 94,7% считают при этом важным для улучшения ситуации в нашем обществе решение таких задач, как повышение уровня нравственности, укрепление морали; 92,7% — развитие патриотизма у граждан России; 94% — формирование уважения к прошлому, ее традициям; 72,2% — обеспечение свободы слова, политических и религиозных убеждений.

При всем сказанном выше респонденты оценили свое материальное положение следующим образом: как очень хорошее — 0,6%; хорошее — 15,6%; отчасти хорошее, отчасти плохое — 45,9%; плохое — 28,4%; очень плохое — 6,3%.

Особый интерес представляют для нас социологические исследования идентификационных процессов, происходящих в массовом сознании россиян в условиях трансформации общества, поскольку эти процессы составляют базовые основы формирования новой российской идентичности, гражданского общества, патриотического сознания, становления нового российского патриотизма как условия консолидации общества в целом.

Так, социологические исследования по указанному предметному спектру проблем были проведены в ИСПИ РАН под руководством члена-корр. РАН, д.с.н. В.Н.Кузнецова. Их эмпирическую основу составили материалы трех социологических опросов, проведенных в феврале 2003 г., январе—феврале 2004 г. и феврале—марте 2005 г. в различных субъектах РФ (Мордовии, Ингушетии, Сев. Осетии-Алании, Вологодской, Ярославской, Томской и Мурманской областях). Широкая география проведенных исследований позволила определить возможное развитие специфических черт в новой российской идентичности в условиях неравномерного социально-экономического статуса регионов, их культурных, национальных и религиозных особенностей. Социологические методы сбора эмпирической информации были комбинированными. Всего в ходе исследований в 2003 г. было опрошено 1850 респондентов среди населения; в 2004 г. по проблемам нац. безопасности, консолидации и патриотизма в российском обществе — 3536 респондентов среди населения и 206 — среди школьников; в 2005 г. — по проблемам консолидации, патриотизма, российской идентичности — 2245 чел. среди населения и 454 — среди школьников.

Эмпирическими объектами социологического анализа выступали: 1) взрослое население (от 18 лет и старше) — основные социальные и типологические группы российского общества в регионах;

2) молодежные целевые группы населения (от 14 до 17 лет) — школьники; 3) «фокус»-группы (старшая возрастная группа — ветераны ВОВ — 17 чел).

Одна из центральных задач, поставленных в исследовании, — определение наиболее важных «угроз» российской идентичности. Респонденты отвечали на вопрос «Что представляет угрозу современной России?». После ранжирования позиций, обозначенных респондентами в ответах по степени важности, определены следующие «угрозы»: 1) дороговизна жизни; 2) расслоение на богатых и бедных; 3) рост преступности; 4) безработица; 5) бюрократизм чиновников; 6) ухудшение отношений между людьми различных национальностей.

В ходе исследования выявлены факторы значительного недоверия населения к государственным структурам власти, ощущения полной незащищенности личности от «внутренних угроз» общества. Лишь от 5 до 15% опрошенных в указанных субъектах федерации считают положение и ситуацию в стране благополучными, от трети до половины участников опроса оценивают, как неблагоприятные, а треть — как кризисные и катастрофические. Подобные пессимистические оценки напрямую коррелируются с оценками в отношении реформирования общества, трансформации политической системы РФ и перспектив будущего развития России.

Респондентам были предложены показатели идентификации социальной удовлетворенности: 1) материальным положением; 2) работой в целом; 3) жизнью в целом; 4) состоянием экологической обстановки в регионе. Выявлено, что самыми низкими показателями оказались: 1) удовлетворенность материальным положением (от 14% респондентов в Томской области до 26% в Северной Осетии; 2) удовлетворенность экологической обстановкой в регионе (от 16% опрошенных в Томской области до 25% в Мордовии). Системные же категории удовлетворенности, выраженные более абстрактно, получили у населения более высокий балл оценок. Так, удовлетворены работой (без конкретизации, какой именно) не менее трети респондентов (31—46%), а жизнь в целом — от 31 до 42%.

Нас особенно привлекло то обстоятельство, что уровень гражданской идентичности, выраженный в ответах на вопрос «Да, я горжусь, что я — россиянин», и уровень патриотической идентификации («Да, я — патриот») оказались достаточно высокими: от 55% опрошенных в Северной Осетии до 66% в Вологодской области — в первом случае и от 52% в Вологодской области до 61% в Северной Осетии и Томской области — во втором.

Исходя из результатов данного социологического исследования, на основании анализа «составляющих» российской идентичности, можно очертить контуры идентичности российского гражданина в современный период времени. Этот типичный россиянин — из малообеспеченной среды, с интернациональными взглядами, верующий человек, считающий себя представителем, как русской, так и российской многонациональной культуры, гордящийся своей страной, убежденный патриот своей Родины.

Изучение процесса консолидации и объединительных начал российского народа в данном исследовании осуществлялось через показатели мировоззренческого установочного уровня:

— факторы «объединения» россиян;

— оценку необходимости общенациональных идей консолидации общества.

Главными факторами объединения россиян всегда считался и считается фактор «внешней угрозы». Как бы «вдруг» происходит мобилизация народа для защиты своего Отечества как от врага «внешнего», так и «внутреннего».

За исключением жителей Томской области больше половины респондентов в каждом регионе считает, что имеется реальная угроза внешней интервенции. Не случайно поэтому от 51 до 83% респондентов среди населения считают службу в армии для защиты Отечества обязанностью всех граждан России. Причем школьники в трех из четырех регионов «побили» рекорд старшего поколения по уровню патриотического сознания.

Подчеркнем, что результаты исследования ИСПИ РАН в ранговом отношении в целом совпадают с показателями национальной безопасности, выявленными в опросе 1600 россиян в 128 населенных пунктах 46 регионов России, который был проведен в январе 2005 г. Аналитическим центром Ю. Левады («Левада-Центр»). Первое и второе места в структуре негативных отношений в армии, как показал этот опрос, россияне отвели неуставным отношениям, «дедовщине», бесправности и унижению военнослужащих; третье место — развалу армии и тяжелым бытовым условиям, опасным для здоровья.

Социологический анализ показал, что в ряду духовно-нравственных ценностей общества «знаковыми» факторами, способными объединить россиян, выступают язык, «историческая память» и культурные традиции.

Русский язык как государственный и как язык межнационального общения занял прочное первое место во всех семи регионах: от

41% респондентов в Северной Осетии до 71% в Томской области отметили его в ряду первостепенных духовно-нравственных ценностей общества. 2-е и 3-е места на региональном уровне среди «факторов консолидации» поделили «историческая память» и культурные традиции, а 4-е и 5-е места — такие факторы, как «общность территории» и «национальная принадлежность», поскольку решающее значение респондентами придается русской нации. Исключение составляют республики Северного Кавказа, где население наибольшее консолидирующее значение придает экономическим отношениям.

Характерно, что все перечисленные «факторы консолидации» на 20-30% имеют большую значимость в оценках группы «патриотов». Так, например, фактор «исторической памяти» у «патриотов» Северной Осетии, Мордовии, Вологодской и Томской областей имеют уровень поддержки, равный 53, 65, 56, 65% соответственно, а у «космополитов» соответственно — 27, 28, 24, 38%.

При определении места государственно-патриотической идеи в структуре общенациональных идей и факторов консолидации большинство опрошенных в исследуемых регионах (от 60 до 76%) дало положительный ответ на вопрос «Нужна ли нашему обществу общенациональная идея, сплачивающая россиян, независимо от их национальности, вероисповедания, положения в обществе и достатка?»

В целом, из общих результатов опросов населения в семи регионах можно выделить три группы понятий с высоким, средним и низким уровнем номинаций.

К первой группе понятий, т.е. «идеям национального согласия», получившим наибольшее число номинаций, относятся: «патриотизм», «безопасность», «права человека», «социальная справедливость и равенство», «национальная гордость», «общественный порядок».

Вторую группу понятий (со средним уровнем номинаций) составляют «державность», затем «духовность».

К третьей группе понятий (с низким уровнем номинаций) относятся такие понятия, как «религиозные традиции» и «интернационализм». Еще менее номинированы «социализм» и «общественное самоуправление».

При сужении «поля исследований» от региональных групп населения до социальных и мировоззренческих групп снижается и число значимых идей общенационального характера. Анализ номинированных идей в социальных и мировоззренческих группах подтвердил гипотезу предыдущего исследования 2004 г., что понятия «патрио-

тизм» и «безопасность» имеют одинаково высокую значимость для всех групп населения, идентифицированных по региональным, половозрастным, образовательным, профессиональным, национальным, религиозным и другим характеристикам.

Следовательно, полученные результаты социологических исследований 2004 и 2005 гг. эмпирически доказывают, что понятие «патриотизм» является неотъемлемой чертой формирующейся новой российской социальной идентичности.

---

<sup>1</sup> См.: Мухамедова Л.И. Трансформация управления образованием в регионе в условиях формирования рыночных отношений: (Социологический анализ). М., 2001. С.28.

## О ДУХОВНОЙ СУЩНОСТИ ПАТРИОТИЗМА

*КОНЧА Людмила Ивановна,  
старший научный сотрудник Всероссийского  
научно-исследовательского института  
технической эстетики Министерства науки  
и образования России, кандидат  
биологических наук*

Патриотизм (от греч. patriotes — соотечественник, patris — родина, отечество) — любовь к отечеству, преданность ему, стремление своими действиями служить его интересам (1, с. 282.)

Таким образом, патриотизм есть чувство любви к Родине и как всякое чувство является состоянием духовным. Это чувство обретается каждым человеком самостоятельно, в личном духовном опыте. Любить можно только самому, искренне, по доброй воле. Нельзя Родину и людей любить по приказу и перестать любить по запрету. Но воспитать в душе чувство любви к Родине, пробудить настоящий патриотизм должно. При этом важно не проповедовать любовь к Родине, а исповедовать свою любовь чувством, словом и, главное, делами, поступками, жертвенным служением. С раннего детства ребенок сначала в семье, а потом и в обществе вовлекается в духовный опыт своей Родины, приучается пребывать в нем и развиваться. Происходит свободное патриотическое самоопределение человека. Человек познает свой народ, свою связанность с ним, формируется общность «мы». «Патриотическое единение людей покоится на некоторой сопринадлежности их, столь необходимой, естественной и священной, сколь необходим, естествен и священен человеку сам духовный Предмет и духовный способ жизни. Люди связываются в единую нацию и создают единую родину именно в силу подобия их духовного уклада, а этот духовный уклад вырабатывается постепенно, исторически из эмпирической данности — внутренней, скрытой в самом человеке (раса, кровь, темперамент, душевные способности и способности) и внешней (природа, климат, соседи). Вся эта внешняя эмпирическая данность, полученная народом от Бога и от истории, должна быть проработана духом, причем она и со своей стороны формирует дух народа, то облегчает ему его пути, затрудняя и загромождая их. В результате возникает единый национально-духовный уклад, который и связует людей в патриотическое единство» (4, с. 189).

Патриотическое единение бывает более прочным, когда людей связывают не только общая территория, власть и законы, но и общая вера. С древних времен основу патриотизма составляла религиозность, чувство предстояния Богу. Еще Цицерон говорил: «Здесь моя вера, здесь мой род, здесь след моих отцов, я не могу выговорить, какой восторг охватывает мое сердце и мое чувство...» (цит. по 4, с. 192).

Любовь к семье, своему роду, родным местам не только вдохновляет человека, но и дает возможность выстоять на нелегких жизненных путях. С удивительной прозорливостью выразил это А.С. Пушкин:

Два чувства дивно близких нам,  
В них обретает сердце пищу:  
Любовь к отеческим гробам,  
Любовь к родному пепелищу.  
На них основано от века  
По воле Бога самого  
Самостояние человека, —  
Залог величия его.

Истинное величие всегда утверждается на родной почве. Когда мы говорим о Родине, то подразумеваем духовное единство своего народа. Это единство вырабатывается веками напряженной работы, борьбы с природой, с внешними захватчиками, путем создания единой духовной культуры. Каждый народ призван творчески, духовно проработать свою природную и историческую данность, преобразовать ее и создать свой национальный, своеобразный духовный облик. Чувствование своего духовного единения, чувство Родины — это святыня, которая вдохновляет, укрепляет, утверждает и которую должно беречь. Как выразился В.Жуковский: «О, Родина святая! Какое сердце не дрожит, тебя благословляя».

Проникновенное рассмотрение духовной сущности патриотизма приводит в своих произведениях И.А. Ильин. Исходя из положения, что родина, как и любовь к ней, есть «нечто от духа и для духа», И.А. Ильин выделяет разные проявления патриотизма. Если любовь к Родине живет в душах людей в виде неразумной предметно-неопределенной склонности, это такой чисто инстинктивный патриотизм, то есть реальная опасность сведения его к националистической гордыне и откровенной жажде завоеваний. Истинный патриотизм, духовно осмысленный, совмещает страстную любовь к Родине с мудрым трезвением и чувством меры. Любовь к своему народу и вера в него

не исключают видения его слабостей, несовершенства. Настоящий патриотизм видит духовные пути своего народа, но также видит и его соблазны, его слабые стороны. Одним из соблазнов национализма есть стремление оправдать свой народ во всем и всегда. Истинный патриотизм именно из любви к своей Родине отмечает ошибки своего народа, недостатки его характера и указывает на них — любовно, озабоченно, творчески. «Так критикуют свое, любимое, не отрываясь от него, но пребывая с ним, — говоря о «нас», для «нас», из крепкого и единого национального «Мы». Возникает могучее творческое единение людей в национальной духовной культуре, где мы все одно, где все достояние нашей родины (и духовное, и материальное, и человеческое, и природное, и религиозное, и хозяйственное) — едино для всех нас и обще всем нам» (4, с. 199). Такова идея родной нации. По закону человеческой природы и культуры все великое может быть сказано человеком или народом только по-своему, и все гениальное родится именно в лоне национального опыта, духа и уклада ( И.Ильин).

Национальное обезличивание есть великая беда и опасность в жизни человека и народа. Укрепление национального сознания укрепляет и личностное начало в человеке. Человек черпает свои силы в национальном духе, национальной культуре, и наоборот, нация как духовный организм обогащается творчеством отдельных личностей. Поэтому интернационализм, стирающий национальные различия, направлен на разрушение личностного начала, оскудевание жизни и в перспективе ведет к разъединению людей, потому что безликое общество не может быть по-настоящему единым.

Провозглашаемые либеральным сознанием общечеловеческие ценности по сущности своей являются фикцией. «Общечеловеческое само по себе не существует; оно существует в личном разумении отдельного человека. Чтобы понять общечеловеческое, нужно быть собой, надо иметь свое мнение, надо мыслить самому. Только самостоятельные умы служат великому делу человеческой мысли» (К.С. Аксаков. Цит по 3, с. 638).

Так и русский патриотизм, являясь выражением русского духа, имеет свои отличительные особенности. Прежде всего патриотизм русского народа вдохновляется верою. Защищая себя от врагов или наступая на них сами, русские всегда были убеждены, что проливают свою кровь за отеческую веру. Так было и в начале становления русской государственности, так было и на протяжении веков. Благоверный князь Александр Невский, помолвившись усердно перед битвой со шведами, сказал своей немногочисленной дружине: «Нас не-

много, а враг силен; но Бог не в силе, а в правде: идите с вашим князем!». Крест считался оружием нетленным, им благословлял преподобный Сергий своих иноков на Куликовскую битву, которую историки отмечают как особую веху в развитии русского национального сознания. На поле Куликово шли рязанцы, москвичи, владимирцы, новгородцы, а вернулись русские. Защитники Святой Руси смогли одолеть татаро-монголов, лишь поднявшись на защиту святынь православия, а не политических или земельных интересов (7). При этом надо отметить особую роль Русской православной церкви, которая на протяжении веков ковала и растила негибимый державный дух русского патриотизма.

Горячей верой было проникнуто учение гениального полководца А.В.Суворова, который не проиграл ни одного сражения. В общем, вся «Наука побеждать» зиждилась на вере:

С нами Бог!

Молись Богу — от него победа.

Пресвятая Богородица, спаси нас!

Без сей молитвы оружия не обнажай,

Ружья не заряжай, ничего не начинай.

Всякое дело начать благословением Божиим.

До издыхания будь верен Государю и Отечеству.

Дух укрепляй в вере отеческой, Православной.

Воздай честь небу, а потом земле.

Победи себя и будешь непобедим!

Перед решающей битвой русское воинство молилось, постилось. Вдохновленные своей верою, русские воины брали неприступные крепости, переходили пропасти и горы, терпеливо сносили лишения, голод, холод. Россия веками жила в угрозах войн, в посягательствах многочисленных врагов на русские земли, в постоянном напряжении держать свои рубежи. И эта суровая школа военных испытаний выработала в русском человеке выносливость, стойкость, бесстрашие и необыкновенное терпение. Последнее заслужило особенное название — «русское» терпение. Есть мнение, что драгоценный талант терпения и смирения, приобретенный народом во время татарского ига, лег в основу русской государственности. Все российские сословия несли свои тяготы по укреплению и защите Родины. И эти качества — терпение, кротость, благодушие, неуклонное исполнение своего долга, безропотное несение страданий — всегда удивляли иностранцев. Храбрость и героизм свойственны, конечно, и дру-

гим народам, но такие христианские добродетели, как незлобие, самоотвержение, скромность, удивительно мирный дух после победы, были отличительной характеристикой русского воина. Еще А.С. Пушкин писал о триумфальном въезде русской армии в Париж:

В Европе росс! — где факел мщения?  
 Поникни, Галлия, главой!  
 Но что я зрю? Герой с улыбкой примирения  
 Грядет с оливою златой.

Своя страна еще лежит в руинах, а он (росс) «несет врагу не гибель, но спасение и благотворный мир земле».

Другой отличительной чертой русского патриотизма является жертвенность. Исходит она из того же источника — евангельского учения о любви. «Нет больше той любви, как если кто душу положит за други своя». Готовность отдать жизнь свою за Отечество есть великая духовная сила, она и делает русского воина непобедимым. Как пелось в солдатской песне 1812 г.:

Вспомним, братцы, россов славу  
 И пойдем врагов разить!  
 Защитим свою державу,  
 Лучше смерть, чем в рабстве жить.

Свободолюбивый дух русского народа не мог примириться с униженным состоянием, и рабству предпочитали смерть.

Вспоминая подвиги русского оружия, наш великий поэт пророчески предупреждал:

Страшись, о рать иноплеменных!  
 России двинулись сыны...  
 .....  
 Их цель иль победить, иль пасть в пыли сражения,  
 За Русь, за святость алтаря.

Вопрос о жертвенности стал особенно актуальным в связи с попытками пересмотреть итоги Второй мировой войны. Послышались отдельные голоса, что жертв было слишком много. Да, цена победы была велика. Но ведь и вопрос стоял по существу — быть или не быть русскому народу. Общеизвестны гитлеровские планы по использованию славянского населения. И в такой перспективе, в виду угрозы

истребления, народное сознание, как и в прежние времена, выразило свою жертвенную решимость стоять до конца — «а нам нужна победа, одна на всех, мы за ценой не постоим». Народ проявил потрясающий массовый героизм. Для сравнения можно вспомнить, что многие страны Европы были завоеваны Гитлером за считанные недели. Та же вольнолюбивая Франция сдалась противнику без единого крупного сражения. Боялись человеческих жертв, не хотели материальных разрушений. Менталитет западно-европейского человека пронизан духом либерализма, всепрощенческого гуманизма и гедонизма, что в принципе исключает перспективу положить «живот свой за други своя». Поэтому разговоры о границах жертвенности, «разумной жертвы» несостоятельны по существу. Жертва сама по себе обладает святостью. Большие жертвы русского народа во Второй мировой войне было условием его выживания. Именно это трагическое условие высвечивает масштаб народного подвига. Большие жертвы не делают победу менее героической. Легче уничтожить народ, чем выравнять память.

Для решения современных проблем патриотического воспитания молодежи полезно вспомнить опыт быстрого возрождения патриотического сознания в стране в первые же дни и месяцы после нападения фашистской Германии на Советский Союз. Предварительно необходимо отметить, что исторические российские традиции любви к Отечеству, родной земле были резко прерваны после октябрьского переворота в 1917 году. Национальное самосознание считалось враждебной пролетариату ценностью. Поскольку «у пролетариев нет отечества» (по Марксу — Энгельсу), то и патриотизм был «отменен». Готовились к мировой революции, и партийная идеология утверждала ценности интернационализма. Идеи о новом обществе («Мы наш, мы новый мир построим, кто был никем, тот станет всем») были восприняты значительной частью народа. Мечтали «в мире без России, без Латвий жить единым человеческим общезитием». Причем революционный пафос был так силен, что готовы были жертвовать и собой, и своей страной ради «светлого будущего всего человечества». Это была какая-то мистическая черная вера. Со свойственным русскому менталитету максимализмом распевали «все как один умрем в борьбе за это». Готовы были свою «хату оставить, пойти воевать, чтоб землю в Гренаде крестьянам отдать». А у себя оскверняли мощи, срывали колокола, разоряли деревню «до основания», а затем строили заново города, заводы, новое общество. Были и большие достижения, и жесткая индустриализация, и безжалостное разрушение природы. Но главная траге-

дия была в том, что разрушалось национальное самосознание, развенчивались традиционные ценности. Коммунистическая идеология была направлена на создание «нового человека» — исполнительного, безжалостного, делового «винтика». Истреблялся тот тип человека, которым исконно держалась русская земля, — жертвенным, мужественным, одухотворенным верою.

Особенность современной ситуации в России заключается в том, что российское общество разобщено, дезориентировано. Остро ощущается отсутствие национальной идеи, которая бы объединяла людей. Человек должен осознавать себя и свое место в обществе, знать свое прошлое и быть уверенным в будущем. Именно народная память о великом прошлом рождает героев сегодня. В целом речь идет о формировании национального самосознания, о сути объединяющей идеи для России. Знаменательно, что отдельные ученые признают, что эти проблемы неразрешимы сугубо секулярными, т.е. атеистически-материалистическими категориями. «Здесь нужен иной язык — не светской идеологии и даже не политической социологии, а политической теологии. Ведь речь в данном случае идет о том, что неизмеримо глубже идеологии. Даже более того: речь идет о том, что вообще не является идеологией.

Как показывает печальный социальный опыт новейшего времени, идеология как таковая в принципе не может быть объединяющей. Ни коммунистическая, никакая другая партийная или национальная идеология не может сыграть роль объединяющей. Причина в том, что идеологемы всегда апеллируют к интересам какой-то отдельной части, но не целого. Объединив одних, идеология отделяет их от других. Идеологии всегда партикулярны и различаются лишь направленностью и масштабами этой патрикулярности. В них, по определению, нет и не может быть консолидирующего универсализма...

Чтобы начать процесс концептуального заполнения этой ниши, необходимо понимание одной важной вещи — для России есть только одна объединяющая идея, которая может быть ценностной, смысловой, нормативной доминантой в ее социальной и духовной жизни. Это христианская идея...

...Истинная, т.е. христианская, идея способна и напоить, и накормить. И, конечно же, она способна и объединить, консолидировать людей, обеспечить действенность и эффективность солидаристических связей в обществе» (В.А.Бачинин. Цит. по 5, с. 94).

Другая точка зрения представлена учеными В.Н.Кузнецовым, В.Н.Ивановым, В.К.Сергеевым. Используя специфику идеологического механизма (основные группы факторов, определяющих дина-

мику идеологии, ее исходные категории, сопоставление системного, иерархического и сетевого, неиерархического подходов), была выстроена структура формирующейся российской объединяющей патриотической идеологии XXI века.

Ключевое значение в соединении человека с идеологией занимает семья, ведущее звено социализации. Семья, как считал русский философ В.Розанов, первее государства и священнее его. Из семьи может возникнуть государство, и история знает такие примеры. Напротив, государство, в недрах которого разрушена или ослаблена семья, может пошатнуться.

Исследования базовых ценностей россиян путем социологических опросов также показали, что сегодня в России востребована различными слоями общества объединяющая патриотическая идеология, как это было и раньше, в самые тяжелые и смутные времена в истории России (6).

Необходимость такой идеологии диктуется прежде всего для достижения единой цели — выхода из кризиса и возрождения Отечества, созидания общего блага и достойной жизни каждого россиянина. Патриотическая идеология обогащает и наполняет глубоким жизненным смыслом идеалы и ценности граждан, соединяя их с российской мечтой и исторической миссией, благодаря сохранению и упрочению исторической памяти.

Важным на сегодняшний день является факт, что востребованность патриотической идеологии выражается не только народным сознанием, но и верхушкой власти. Так, В.В.Путин при посещении старинного села Старая Ладога 17 июня 2003 года сказал: «Если говорить про объединяющую идеологию, то для такой страны, как Россия, — это, конечно, патриотизм. Нам недостаточно вспоминать, какими мы были великими, талантливыми и красивыми. Надо, чтобы мы и сегодня были такими».

При воспитании патриотизма в современных условиях надо иметь в виду, что важнейшей его составляющей является духовность (имеется в виду благодатная духовность, а не демоническая). Духовность же является чисто религиозной категорией, которая не имеет смысла без понятий о добре и зле, о бессмертии человеческой души, о Боге. Поэтому решать проблемы патриотизма без религиозного освещения невозможно по сути, что и показала нам недавняя история. Всем известно, как советский человек гордился своей Родиной. И было чем гордиться, страна действительно имела великие достижения во всех областях: от балета и спорта до ракет и космоса. При

этом страна несла образ великой супердержавы, выразительницы идей справедливости.

В один день 1991 года великой страны не стало, и никто из миллионов, оказавшихся чужими на своей земле, не поднялся, не заступился, не возроптал даже. «Народ безмолвствует». Хотя полвека назад эти люди считали своим священным долгом умереть за Родину. В 40-е годы XX века народ еще хранил исторические традиции. Но десятилетия коммунистической пропаганды, воспитание нового «социалистического патриотизма», который стремились воплотить не только в преданность и верность своей Родине, но и «всему содружеству социалистических стран» [1], размыл саму сущность патриотизма. Ясно, что все страны, даже и социалистические, любить невозможно так, как любят свою, родную, единственную страну.

Главной задачей воспитания молодежи в духе патриотизма является увековечивание памяти о победах русского оружия, о павших героях, о главных событиях российской истории. Например, увековечивание памяти павших воинов — это старинный воинский ритуал, имеющий вековую традицию. Память — священное чувство, живет в сознании народа вечно. И не просто живет, а зовет новые поколения людей к свершению подвигов. Поэтому народ так чтит память о своих предках. Народ всегда сооружал памятники, храмы, часовни, кресты для увековечивания памяти. К сожалению, эти традиции были насильственно нарушены. В 20-е, 30-е, 40-е и 50-е годы XX века были уничтожены тысячи памятников, в том числе храм Христа Спасителя во славу русских воинов, победителей армии Наполеона, памятник Александру II, Генералу Скобелеву и многие другие. Современные школьники, учась по новым учебникам Сороса, зачастую даже о значительных, эпохальных событиях, происходивших в своем Отечестве, не знают правды. Поэтому на сегодняшний день самое главное — донести до молодежи славные страницы нашей истории и сохранить память о ней на вечные времена.

Чувство любви к Родине формируется в душе ребенка с раннего детства, начиная со сказок о былинных богатырях, защитниках земли русской. Впоследствии это чувство углубляется или выветривается под влиянием множества факторов. Так, в период развала страны ельцинскими и гайдаровскими реформами многие из молодых людей не видели приложения своим силам на Родине. Ощущение своей ненужности для страны, обреченности на жалкое существование, безысходности тяжело переживались российской молодежью и провоцировали формирование нигилистических и даже агрессивных тенденций в сознании и поведении молодых людей. И только к на-

стоящему времени по мере укрепления российской государственности начинает меняться мировоззрение молодежи и усиливаются патриотические тенденции.

Именно с детства, с ранней юности, «пока сердца для чести живы», надо начинать патриотическое воспитание. Упущенное сегодня, обернется драматическими последствиями завтра. В первую очередь надо использовать сложившийся в исторической России опыт воспитания духовно-нравственной личности, готовой служить на благо Отечеству и мужественно защищать его в минуты опасности. Молодежь — будущее России, и без воспитания осознанной и глубокой любви к Родине невозможно возродить Россию и выстроить сильную страну.

### Литература

1. БСЭ. Т. 19.
2. Великая Отечественная война Советского Союза 1941—1945 гг. (Краткая история). — М.: Изд-во Мин. обороны СССР, 1970.
3. Д у н а е в М.М. Православие и русская литература. Т. VI. — М., Христианская литература, 2000.
4. И л ь и н И.А. О Родине. Собр. соч. в 10 т. — Т. 1.
5. К у з н е ц о в В.Н., И в а н о в В.Н., С е р г е е в В.К. Юбилей Великой Победы. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2005.
6. К у з н е ц о в а А.В. Культура патриотизма как фактор консолидации российского общества. // Автореф. дисс. на соис. уч. ст. к. с. н. — М., 2004.
7. Н а р о ч н и ц к а я Н.А. Россия и русские в мировой истории. — М.: Междун. отношения, 2003.

## Воспитание молодежи средствами культуры и искусства

*МИРОНОВ Анатолий Васильевич,  
доктор социологических наук,  
заслуженный работник высшей школы РФ  
СЕРГЕЕВ Владимир Кириллович,  
доктор социологических наук,  
заслуженный работник культуры РФ*

Понятие и явление реальной действительности «культура» сопоставимо и стоит в одном ряду с такими понятиями, как «общество», «личность». По своей широте, глубине и многоплановости оно равнозначно понятию «социальное». По мнению В. Ж. Келле: «Оно отражает наличие между людьми устойчивых связей и отношений, возникающих в процессе их совместной деятельности, направленной на поддержание их существования, а также социальных институтов, закрепляющих эти связи и отношения» (Келле В.Ж. Культура и социальность: Постигание культуры. // Ежегодник, вып. 7. — М., 1998, с. 254—255).

Культура охватывает все стороны жизни и деятельности человека и человеческого общества. Культура есть способ существования человека, его вторая духовная природа. Это то, в результате чего явился «*homo sapiens*» — «человек разумный» и вся современная цивилизация. Как правильно заметил один из теоретиков культуры В.М. Межуев: «Действительным содержанием культуры оказывается развитие самого человека как общественного существа, развитие его творческих сил и отношений, потребностей, способностей, форм общения и т.д.» (Межуев В.М. Культура как проблема философии: Культура, человек и картина мира. — М., 1987, с. 326).

Как явление общественной жизни и повседневного быта человека культура оказывает решающее влияние на все стороны человеческой жизнедеятельности и на становление самого человека. «Через культуру, ее виды и формы идет осознание систем окружающего мира, причем не только геосферы, ближнего и дальнего космоса. Идет более глубокое осмысление роли воды, атмосферы, энергии, информации в судьбах живой материи, живого знания. Через культуру рождается и бережное отношение к природе, упреждение расточительства и хищнического разграбления природных богатств и

ресурсов. Наконец, через культуру идет более эффективный процесс познания человеком самого себя а, в конечном счете, происходит уникальное самопознание природы, неотъемлемой составной частью которой он является» (В.Н.Иванов, В.К.Сергеев. Человек, культура, город. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002, с. 4).

Культура оказывает решающее воздействие на формирование личности человека. Без ее влияния невозможно не только его гармоническое развитие, но и полноценное включение в общественный процесс, созидательную деятельность на благо государства и общества.

Особенно влияние культуры, всех форм ее воздействия на общество в целом и конкретно взятую личность усиливается в переходные периоды развития того или иного общества, в периоды смены векторов, парадигм и целей развития. Такой период в своей истории переживает сейчас наша страна. Драматический переход России в совершенно иную парадигму развития сделал исключительно актуальной проблему глубокого исторического, философского, социологического осмысления пройденного пути, нынешнего состояния и перспектив движения к демократическому, информационному обществу, к правовому, социальному государству. Эта потребность находит свое отражение прежде всего в переосмыслении роли, места и возможностей культуры в социализации и воспитании современной молодежи, в поисках цели и смысла жизни в условиях всеобщей нестабильности и духовного хаоса. А такой духовный хаос налицо. Как подчеркивается в фундаментальной книге В.Н. Иванова, В.К. Сергеева, С.И. Худякова, подводящей некоторые итоги многолетнего социологического исследования, проводимого Единым научно-методическим центром (ныне Московским институтом социально-культурных программ) Комитета по культуре города Москвы, говорится: «Происходящие с начала 90-х годов эпохальные по своему значению события в России, связанные с процессом изменения ценностных ориентиров и разрывом культурных и социальных связей, образовали своеобразный духовный вакуум, который заполняется различного рода информацией, размывающей традиционные ценности русской национальной культуры и национальных культур народов, населяющих территорию России. Трудности социокультурного характера усугубляются нарастанием негативных процессов в духовной, социальной и экономической сферах жизни общества. Показателями падения социальных нравов и культурной

деградации, в частности, являются: снижение интеллектуального и культурного уровня, бездуховность, космополитизм, социально-политическая инфантильность, индивидуализм и эгоцентризм, социальная и финансовая поляризация, утрата государственного мышления, чувства патриотизма, воинствующий национализм и русофобия, замена подлинных культурных, духовных ценностей мнимыми» (В.Н. Иванов, В.К. Сергеев. Человек, культура, город. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2002, с.5).

В другой книге эти же авторы подчеркивают: «... в условиях глобальных перемен, увлечения процессом ломки «до основания» всего старого, советского, отрицания роли идеологического, духовного воспитания, догматирования преобладания интересов личности над общественными интересами, властные институты, партии, общественные организации, средства массовой информации «вместе с водой выплеснули и ребенка». Личность оказалась в духовном вакууме, оторванной от общества и утратившей доверие к государству, бросившему ее в ледяную воду «шоковой терапии», предоставившему каждому свободу погибнуть или выжить в условиях кризиса самостоятельно, лишив его привычной социальной поддержки. Трудно ожидать от человека преданной и верной любви, если предмет этой любви — Родина, государство — не отвечает взаимностью, предает и изменяет, обманывает, унижает, отнимает созданные отцами, дедами национальные богатства, принадлежащие всем и каждому. История страны последних полутора десятков лет — это история распада, утраты демократических иллюзий и обмана. Трудно было в таких условиях ожидать, что уровень патриотического сознания будет сохраняться. Идеология диссидентства, отступничества от интересов Родины и народа внедрена в массовое сознание, дала горькие плоды космополитизма, слепого преклонения перед мнимыми западными ценностями и отлакированным до неузнаваемости западным образом жизни. Психология крайнего индивидуализма, потребительства вымыла из несформировавшегося сознания молодежи и подростков 90-х гг. патриотическое мироощущение, чувство принадлежности к своему народу и государству, личной ответственности за их судьбу» (В.Н. Иванов, В.К. Сергеев, С.И. Худяков. Москва и москвичи: Актуальные проблемы социально-культурной среды. — М.: РИЦ ИСПИ РАН, с. 32-33).

Ситуация к лучшему, замечают эти же авторы, стала медленно меняться в последние годы в связи со сменой политического руководства страной. Сейчас наметились экономические сдвиги к луч-

шему, улучшается социальная ситуация, государственная политика стала прогнозируемой, осмысленной, национально-ориентированной.

И все-таки складывающееся в стране на сегодняшний день положение в области социально-культурной политики и воспитании молодежи ни в какой степени нельзя характеризовать как благополучное. Несмотря на ряд мер, предпринятых в последние годы в сфере социально-культурной политики и воспитании молодежи, в стране по-прежнему действуют те же разрушительные тенденции, которые сформировались за предыдущие 15 лет. По существу, продолжается процесс вымывания национальных традиций культуры, деградации культурного сознания подрастающих поколений.

Причины этих явлений разнообразны и многочисленны: экономические, политические, социальные, исторические, экологические, семейно-бытовые и пр. Но главное все-таки, как нам представляется, — это отсутствие целостной целенаправленной государственной программы, социально-культурной и воспитательной политики с населением, особенно с молодежью, рассчитанной на длительную перспективу и отвечающей потребностям не элитарной части общества, а всего народа, истинно национальным интересам.

Социально-культурная ситуация в сегодняшней России характеризуется продолжением процессов, начатых 15 лет назад.

В области экономики продолжается процесс приватизации остатков государственной и общественной собственности, сопровождающийся ростом безработицы, инфляцией цен, утратой населением остатков социальных гарантий, дальнейшим снижением трудовой мотивации и переориентацией сознания молодежи с коллективистского на индивидуалистическое, с преобладанием в индивидуальном сознании ориентиров на материальное обогащение, вседозволенность, авантюризм, культ силы и денег.

В социально-политической сфере продолжается изменение социально-классовой структуры общества, растет социальное расслоение населения по уровню доходов и характеру потребления. Бедные становятся все беднее, богатые — богаче. Москва вошла в число мировых лидеров по количеству проживающих в ней самых богатых людей мира. В обществе продолжается неоднозначный, болезненный процесс становления политических партий и демократических институтов.

Продолжаются разрушительные процессы в социально-культурной сфере и в области воспитания. Начавшийся 15 лет назад про-

цесс вымывания традиций культуры и деградации культурного сознания усиливается, завершается болезненный процесс пересмотра духовно-нравственных ориентиров, идеалов, норм и принципов поведения. Под видом деидеологизации и свободного обмена ценностями культуры идет широчайшим фронтом процесс распространения масскультуры. Молодежная культура все более утрачивает общекультурные характеристики. Ценностям мировой и национальной культуры в молодежной среде отводится все меньше места, а сама молодежная культура становится все более экстремальной и агрессивной по отношению к внешнему миру и к старшим поколениям. Основными чертами культуры и искусства становится дегуманизация и демонизация. Нарушается процесс исторической преемственности культур. Извечный конфликт поколений в российском обществе трансформируется в настоящую «войну поколений», разобщенность поколений, утрату национальных традиций, их преемственности.

С переходом на рыночную экономику и утверждением в России «дикого рынка» незащищенные слои населения из тепличных условий советского времени окунулись в ледяную воду безразличия к ним со стороны государства, лишились всех социальных гарантий, потеряли практически все. Молодые люди в силу развала экономики оказались без работы, без жилья, без перспектив на будущее. Невозможность удовлетворить потребности за счет добросовестного и честного труда формирует у одних — неуверенность в себе, у других — циничное отношение к жизни, установку «деньги не пахнут», способствует преступному поведению, росту криминалитета. С распадом СССР российское общество широко открылось для информационного обмена, что принесло как положительные, так и отрицательные последствия. Расширение информационных потоков как внутри страны, так и в международном плане положило начало процессу так называемой западной культурной экспансии. Начался никем и ничем не сдерживаемый процесс американизации и западнизации не только духовной сферы, но и всего образа жизни.

Основными проводниками и пропагандистами западной массовой культуры, западного образа жизни выступили демократические средства массовой информации — телевидение, радио, периодическая печать, а также многочисленные зарубежные организации и фонды. Под флагом деидеологизации и борьбы с коммунизмом и коммунистическим идеалом развернулась небывалая в истории

дискредитация традиционных духовных ценностей русской национальной культуры и национальных культур народов, населяющих территорию России.

Типичными чертами этой информационно-пропагандистской кампании стали такие явления, как:

— широкая пропаганда и повсеместное насаждение западной массовой культуры, восхваление западного, прежде всего американского, образа жизни;

— безудержная эксплуатация с помощью кино и телевидения сексуально-эротических отношений;

— высмеивание и оглупление не только всего советского, но и русского образа мышления, быта, стереотипов поведения;

— постоянное муссирование и фетишизация ошибок, имевших место в силу тех или иных причин в истории развития нашей страны, мифологизация истории;

— дегероизация истории, особенно советского периода, и дискредитация исторических и политических деятелей, выдающихся личностей, героев войны и труда и, наоборот, популяризация, возведение на пьедестал предателей, изменников типа генерала Власова, С. Бандеры, активных борцов с советской властью в республиках Прибалтики, на Западной Украине и т.д.;

— противопоставление поколений, объявление и муссирование идеи о зря прожитых жизнях, отданных борьбе за строительство социализма, бессмысленности этой борьбы и даже преступности;

— романтизация и героизация современного бандитизма, наркомафии, популяризация тюремной, лагерной культуры, типа свободного поведения, образа жизни;

— размывание идей патриотизма, искажение самого понятия, подмена его, объявление устаревшим, не вписывающимся в современный стиль жизни, анахронизмом советской эпохи и т.д.

Теперь несколько слов о том, как это претворяется в жизнь, какова, так сказать, технология производства, манипулирования сознанием молодежи.

С начала 90-х гг. средства массовой информации «воспитывают» молодежь на принципах циничного практицизма, эгоцентризма и эгоизма, основанного на удовлетворении элементарных животных инстинктов — вкусно поесть, сладко попить, хорошо одеться, достичь богатства. Таким образом, из молодых людей массово готовятся примитивные члены потребительского общества. Для этой цели разрабатываются разного рода хитроумные пропагандистс-

кие компании, схемы, клише. Новое поколение выбирает пепси или сникерс, памперс, «левис», «Мерседес», отдых на Кипре, или работу в банке, на рынке, или участие в банде. А еще не так давно новые поколения россиян выбирали иное: они мечтали об освоении профессии летчика, космонавта, хотели стать физиками, лириками и т.д. Они не занимались любовью, как учит их сейчас телевидение, а любили, на свидание с любимой девушкой шли не с «презервативами», а с цветами.

Еще одна характерная «примета времени» — оскудение языка средств массовой информации. В журналистику за годы реформ пришли люди не только не имеющие специального образования и опыта работы, но зачастую просто неграмотные. А ведь, помимо всего прочего, в этой профессии нужен еще и талант. Отсутствие этих требований и качеств современная пишущая братия стремится заменить — и успешно это делает — развязностью, цинизмом, панибратством и заигрыванием с аудиторией, причем с самой незыскательной ее частью. Делается это посредством вымывания из газет, журналов, радио и телепрограмм глубоких, аналитических проблемных материалов и замены их легковесным «трепом», дешевыми сентенциями, сплетнями, слухами, анекдотами, смакованием пошлости и безвкусицы. «Новый «журналистский стиль», особенно в молодежной журналистике, уже не осуждает, а, наоборот, поощряет щедрое использование и смакование жаргонной лексики, нецензурных выражений. Таким образом, у читателей, слушателей, зрителей стираются грани в понимании того, что «хорошо», а что «плохо», что подлежит осуждению, а что поощрению, стимулированию. Утрачивается понимание правил приличия, целесообразности употребления тех или иных пластов лексики. Все это чревато самыми серьезными последствиями для общества: падением общей грамотности, уровня интеллекта, деградацией языка и культуры в целом.

При анализе содержания публикаций и программ молодежных СМИ становится очевидным, что проблематика и тематика абсолютного большинства материалов ограничиваются музыкой, модой, сплетнями и «околополитическими» материалами скандального характера. Излюбленным приемом заигрывания СМИ с молодежной аудиторией является обильное использование ненормативной лексики, молодежного сленга.

«Четвертая власть», получив свободу слова, не всегда проявляет должную гражданскую ответственность и допускает явные злоупот-

ребления: осуществляется информационно-психологическая экспансия в интересах тех, кто оплачивает работу СМИ, которые фактически зомбируют аудиторию, навязывая ей диктуемые стоящими за их спиной корпорациями мировоззрение, запросы, мнения, политические суждения.

Идеологические установки и цели значительной части молодежных СМИ не соответствуют полностью или частично государственной идеологии, целям и задачам по воспитанию подрастающих поколений. Деятельность этой части СМИ носит откровенно осознанный или скрытый, спонтанный, деструктивный, разрушительный характер в различных направлениях и сферах: государственном строительстве, межнациональных отношениях, экономике, педагогике, духовности и культуре, международной и внутренней политике, межпоколенных отношениях и преемственности традиций.

Государственные органы не используют в полной мере каналы и механизмы регулирования деятельности СМИ в интересах государства и общества, не руководствуются положениями Государственной доктрины информационной безопасности. Не эффективно действует или полностью бездействует система контрпропаганды в тех случаях, когда информационная деятельность тех или иных СМИ представляет собой информационную экспансию, агрессию или блокаду, несущую угрозу государству и обществу или отдельным его сегментам.

Большинство современных СМИ не ориентированы на решение задач по эстетическому, культурному, духовному воспитанию подрастающих поколений. Контент-анализ показывает, что на страницах молодежных газет и журналов, на молодежном радио и телевидении чрезвычайно мало места уделяется пропаганде культуры и искусства народов России, классики в области литературы, поэзии, драматургии, театра и кино. Зато неоправданно большое внимание уделяется пропаганде худших образцов зарубежной эрзакультуры, называемой массовой культурой, не обогащающей, а обедняющей духовный мир человека. В результате следует признать, что молодежная культура последнего десятилетия все более утрачивает общекультурные характеристики. Ценностям мировой и национальной культуры в молодежной среде отводится все меньше места. Молодежная культура становится все более экстремальной и агрессивной по отношению к внешнему миру, к другим поколениям. Характерной особенностью молодежной культуры становится дегуманизация и деморализация. Современные демократические

СМИ несут значительную часть ответственности за деградацию культуры в нашей стране, падение уровня духовности. Остановить этот процесс без переоценки деятельности СМИ, без переориентации их на защиту и пропаганду подлинной культуры и духовности видится невозможным.

Не меньшую роль, чем СМИ, в воспитании молодежи играет образование как важнейшая, неотъемлемая составная часть культуры. Еще со времен Петра Великого образование считалось государственной заботой. Но последние 15 лет государство самоустранилось из сферы образования, науки и культуры, что привело к крайне негативным последствиям. Одним из них является девальвация образования и снижение общего культурного уровня населения.

Каковы основные причины и тенденции снижения роли и значения образования в жизни российского общества, его влияния на интеллектуальное развитие подрастающего поколения? Это стало возможным в результате:

- самоустранения государства из сферы образования и снятия с себя ответственности за подрастающее поколение;

- отсутствия обоснованной, исторически взвешенной политики в области науки и образования;

- появления не востребованности интеллектуального потенциала интеллектуально насыщенного труда в современном российском обществе;

- исключения системы отечественного образования из числа важнейших факторов национальной безопасности;

- отсутствия продуманных научно обоснованных моделей реформирования образования;

- отказа от фундаментального, классического принципа единства обучения и воспитания, снижения культурной функции образования, ухода от воспитания в образовательном процессе;

- недофинансирования хронического, из года в год, в течение многих лет сферы образования и науки;

- возрастания уровня неравенства образовательных возможностей для представителей различных групп населения;

- ничем не обоснованной тотальной коммерциализации всей системы образования;

- зависимости зарплаты педагога, особенно в платных учебных заведениях, от материального положения родителей учеников, что ставит под сомнение уровень знаний обучающихся;

- падения престижа профессий в интеллектуальной сфере дея-

тельности: науке и научном обеспечении, образовании, медицине, культуре и т.д.;

— резкого снижения уровня жизни населения в целом, особенно рядовых граждан. Многим семьям трудно содержать даже одного школьника;

— общего спада промышленного производства, который привел к резкому сокращению потребностей в квалифицированной рабочей силе, потребностей в молодых людях с определенным уровнем образования, в высококвалифицированных специалистах;

— создания возможностей для управляющей элиты и богатых людей обучения своих детей за рубежом, что лишает их всякой заинтересованности в развитии качественного отечественного образования.

— полной дискредитации и разрушения советской системы образования;

Исходя из вышеописанных тенденций, свойственных процессу развития современного образования, вряд ли можно рассчитывать на скорый выход образования из нынешнего его состояния без коренного его реформирования в направлении восстановления принципа всеобщего бесплатного единого высококачественного среднего образования, обеспечения доступа к бесплатному высшему образованию всех слоев населения вне зависимости от происхождения и материального положения, восстановления ведущей роли государства в развитии образования.

В глубочайшем кризисе в течение последних полутора десятка лет находятся российское кино и книгоиздательское производство. Ситуация в этих сферах отражает не только общую ситуацию в России на всем постсоветском пространстве, но и в мире: американизация и вестернизация национальных кинематографов и книгоиздательской деятельности на всех континентах приобрела тотальный характер. Широким фронтом идет сознательное, иногда бессознательное, заимствование у Запада, прежде всего у США готовой кинопродукции, образцов социально-функциональной ориентации кинопроизводства эстетических моделей и т.д. В последние 15 лет американские фильмы и телепередачи заняли господствующее положение, вытесняя с телеэкранов и кинотеатров национальную продукцию. 81% всех фильмов, демонстрируемых в Западной Европе, — американские. У нас этот процент еще выше. Оставшись без государственной поддержки, без централизованного управления, репертуарного обеспечения, вынужденные самостоятельно зарабатывать себе на

жизнь, руководители кинотеатров и специалисты кино сокращают расходы на приобретение фильмокопий, выбирая самые дешевые, ориентируясь на вкус массового посетителя: детей и подростков. Молодежь воспитывается на низкопробных комедиях и мелодрамах, а также на вестернах, боевиках, детективах, фантастике, ужасниках и т.д. Как показывают социологические исследования, 88% подростков воспринимают такие фильмы в качестве моральных мотивов поведения и образцов для подражания. Естественно, потребление культурной продукции такого качества и количества приводит к деградации личности и деформации общества.

Кино — специфический способ коммуникации между «элитой» и «массами» конкретного общества, важнейший в XXI в. способ образного выражения менталитета нации, эффективное средство познания народом своей культурной самобытности и ее закрепления. Кино — это своеобразное зеркало данного общества, играющее огромную роль в социокультурной идентификации личности, в воспроизводстве социума посредством формирования и распространения имиджа нации. Кино — это и средство психологической защиты человека. Поэтому, не впадая в чрезвычайный пессимизм по поводу того, что происходит сейчас с отечественным кинопроизводством и кинопрокатом, следует разрабатывать и осуществлять протекционистскую политику по отношению к отечественному кино, в том числе используя опыт зарубежных стран.

Возрождение отечественного кинопроизводства и кинопроката является наболевшей, сложной, требующей фундаментальных подходов и глубокой проработки проблемой. Для исправления ситуации, для направления процесса в конструктивное русло требуются серьезные усилия. Национальное кино может поправить свои позиции, если ему будет оказана рациональная, тщательно спрограммированная государственная поддержка.

В таком же состоянии, что и отечественная кинематография, находится и национальное книгоиздательство. Вот слова известного российского писателя Валентина Распутина: «Идет непрерывная и масштабная на всю страну работа отупления человека, его развращения и озверения. Больше всего успевает в этой работенке, разумеется, телевидение, но не слишком отстают и издательства. Вместе с радио, газетами и шоу-бизнесом. Это сплетшийся воедино отвратительный змеиный клубок, непрерывно источающий яд...

... Издательства перестали выращивать, воспитывать автора, как это было в пору моей молодости. ... Новые издательства, как прави-

ло, ковбойского типа, рвут на ходу подметки барыша ... централизованное книгораспространение давно приказало долго жить. Но если бы даже удалось вернуть его — случись такое чудо, что вернулось бы, как в советское время, но ничего не изменилось бы в книгоиздательском деле, оставив все как есть сегодня, не совладав с разливом бесстыдства и пустоты, — то лучше и не надо. Сейчас хоть село спасается от этого разливного моря печатной отравы, хоть до него не дотягиваются или не считают нужным дотягиваться — и то утешение. Утешение, конечно, слабое, но уже что есть ...» (Советская Россия, 4 марта 2006 г.)

Сегодня уже не только на книжных «развалах», как это было десять-пятнадцать лет тому назад, но и в самых уважаемых столичных магазинах — господство бульварной и порнографической литературы. Да этого и не может не быть, если более 40% общего тиража книг последних лет составляют книги массовой культуры: любовные романы, бестселлеры, детективы, приключенческая литература, фантастика и пр.

Причем необходимо подчеркнуть, что книгоиздательская деятельность именно этого направления не испытывает ни финансовых, ни полиграфических трудностей, поддерживается частным бизнесом, государством в отличие, скажем, от проектов издания классической, образовательной или учебной литературы. Наиболее «элитарные», считающиеся модными, «престижные» книгоиздательства и журналы, «претендующие» на владение умами и душами молодежи, прежде всего не скупятся на полиграфические затраты, лучших дизайнеров, фотомастеров, используют самую современную технику, полиграфические возможности не только отечественных, но и зарубежных типографий.

Большую роль в определении жизненно-смысловых, духовных и культурных ориентиров современной молодежи играют такие неотъемлемые атрибуты современной жизни, взаимно дополняющие друг друга, как реклама и так называемая игромания — эти два спрута своими всепроникающими щупальцами охватили все стороны общественной жизни, назойливо предлагая свой выбор, свои образцы поведения и жизненного идеала. Расставленная ими ловушка действует эффективно, в нее угодили очень многие россияне, особенно из молодого, подрастающего поколения. Да и как не угодить, если реклама в России превысила по степени ее распространения все допустимые или признанные в цивилизованном мире нормы. Ни в одной из европейских стран она не носит столь назойливого, агрес-

сивного характера. В погоне за прибылью фирмы, рекламирующие свои товары, и горящие яркими иллюминациями десятки казино, разного сорта игровые заведения, тотализаторы подстерегают граждан везде — в магазинах, на улицах, в кинотеатрах, на автобусных остановках, в метро, в школах и даже в детских садах, преступают все рамки дозволенного. Реклама на все лады сулит несметные выигрыши, удачу каждому, кто готов рисковать, играть и выигрывать. Людям не предлагается заработать, достичь трудовых вершин. Вектор ценностей смещен в сторону лжи и одурманивания. Ведется неприкрытое массивованное оболванивание населения, прежде всего молодежи, с навязыванием им определенных стереотипов поведения. Избыток рекламы, ее засилье на экранах телевидения и радио, в печатных средствах массовых коммуникаций, на улицах, стадионах, во дворцах спорта и других общественных местах негативно действует на морально-психологическое состояние людей, часто ведет к нервным расстройствам, сердечным заболеваниям, депрессивным состояниям, болезненному чувству собственной несостоятельности, неполноценности из-за финансовой невозможности приобрести рекламируемые товары, способствует социальному расслоению и неприязни в обществе.

Игровая индустрия начала расцветать махровым цветом с середины 90-х гг., вскоре после эры финансовых пирамид. На смену одной форме «законного» отъема денег у населения пришла другая — азартные игры. Рулетка завертелась на полную катушку, заражая чудовищным недугом — игроманией всех подряд, от мала до велика. Хлеще алкоголя и наркотиков игровая страсть затягивает незаметно, но прочно. Вырваться из ее лап мало кому удается. По неофициальной статистике, в стране ежегодно происходит от 20 до 25 тыс. случаев самоубийств проигравшихся игроманов. Половина из них — подростки. Увлекаясь, они не замечают, как становятся на путь преступлений, идут на воровство денег, чтобы опять вернуться в игру. А проигравшись и не зная, как вернуть долги, как признаться родителям в содеянном, подростки кончают жизнь самоубийством.

Таким образом, в российском обществе сложилась ситуация, при которой молодежь оказалась перед альтернативой выбора, ее внутренний мир, духовные запросы раздваиваются, мечутся в поисках правильного пути, выбора между тем, к чему зовут традиции, нормы морали, родители (большая их часть), педагоги, и тем, что предлагают новая окружающая социальная действительность, массивован-

ная пропаганда и реклама — между добром и злом, добродетелью и пороком, здоровым духовно и физически образом жизни и гибельным путем удовлетворения элементарных и низменных инстинктов, поиска наслаждений, удовлетворения потребительских интересов. Именно такой путь предлагает им общество потребления, одновременно заманивая сверкающими рекламами и витринами и обманывая, представляя возможность удовлетворения этих инстинктов лишь избранным, не лучшим, не достойным, талантливым, умным, трудолюбивым, целеустремленным, а худшим, циничным, эгоистичным, авантюрным, презирующим подлинные ценности, нормы морали и закона. В результате — большая часть населения оказывается не включенной в активные созидательные процессы, обездоленной духовно и материально, выброшенной на обочину жизни.

Подводя общий итог вышеописанному, нельзя не согласиться с выводами, сделанными на основе многолетних социологических исследований в сфере культуры и воспитания молодежи, проведенных Институтом социально-политических исследований РАН совместно с Единым научно-методическим центром (ныне Московским институтом социально-культурных программ) Комитета по культуре города Москвы, что «наиболее актуальными проблемами в сфере молодежной культуры можно считать следующие»:<sup>1</sup>

- снижение культурного уровня подростков и молодежи в целом по сравнению с предыдущими («доперестроечными») поколениями молодых людей в связи с ограничением доступа к культурным благам;

- сокращение возможностей для культурного воспитания, просвещения молодежи, организации культурного досуга в связи с утратой большей части (более 50%) культурно-досуговых учреждений — домов и дворцов культуры, клубов, домов технического творчества молодежи, дворцов пионеров и школьников, кинотеатров и т.п.;

- вымывание из сферы культуры бесплатных видов культурного досуга — кружков, студий, любительских объединений, курсов, музыкальных, танцевальных, литературных, технических и т.п. коллективов;

- зарубежная псевдокультурная, антикультурная экспансия, заилие худших образцов поп-культуры, эрзацкультуры;

- отсутствие должного контроля за содержательной деятельностью коммерческих и общественных организаций в сфере культуры и досуга, индустрии развлечений, пропаганда порнографии, сексуальных извращений, насилия, индивидуализма, культа силы и жес-

токости, страсти к наживе, всеобщая бездуховность такого рода заведений;

— неуклонный рост негативных явлений в подростковой и молодежной среде — пьянства, алкоголизма, наркомании, детской проституции, бродяжничества, преступности как следствие ослабления воспитания;

— утрата значительной части национальных культурных традиций, вестернизация и американизация образа мышления, подмена подлинных духовных ориентиров, интеллектуальных форм досуга мнимыми ценностями, пропагандой обогащения любой ценой;

— воспитание космополитизма, утрата чувства Родины, долга, гражданственности, патриотизма, национального самосознания и национальной гордости;

— разрыв преемственности поколений и культурных исторических традиций, скептическое, критическое, высокомерное отношение к историческому прошлому своей Родины, воспитанное современной молодежной прессой, телевидением, радио, зарубежной и отечественной кино- и видеопродукцией, театром, литературой;

— социальная, экономическая, юридическая незащищенность молодежи, рост влияния криминалитета на молодежь, романтизация преступного мира в сознании подрастающего поколения;

— индивидуализм, отсутствие коллективного сознания, понимания общественных интересов, политический инфантилизм, отсутствие популярных массовых общественных детских и молодежных организаций, способных привлечь молодежь и направить ее энергию в созидательное русло;

— преобладание неорганизованных форм досуга в молодежной среде, культуротворческая пассивность подростков и молодежи, впоследствии обуславливающих духовный инфантилизм, социально-политическую и профессионально-производственную ограниченность».

Все эти тенденции в той или иной степени продолжают действовать и сейчас. В то же время, как уже отмечалось, ситуация в сфере культуры и воспитания молодежи, достигнув своего апогея кризисного состояния к началу II тысячелетия, стала медленно меняться в лучшую сторону в связи со сменой политического руководства страной, принятием и началом реализации ряда национальных проектов в социальной сфере, стабилизацией экономической и политической жизни, укреплением всех ветвей государственной власти. Наиболее заметные позитивные сдвиги в социально-культурной и воспитатель-

ной работе с молодежью проходят пока не столько на общефедеральном уровне, сколько на местах, в отдельных регионах, особенно в столичном мегаполисе — Москве.

Лед тронулся благодаря усилиям Правительства Москвы, непосредственно Комитета по культуре города Москвы и созданного в свое время при нем Единого научно-методического центра, обладающего уникальным опытом изучения, социологического анализа и обобщения практики работы учреждений культуры и искусства с молодежью, а также разработке и реализации комплексных программ социально-культурного развития и воспитания молодежи на длительную перспективу.

В период с 1993 по 2003 гг. ЕНМЦ совместно с Институтом социально-политических исследований РАН осуществлено более 10 комплексных социологических исследований актуальных проблем развития социально-культурной сферы Москвы и воспитания молодежи и подростков в их числе:

- «Проблемы молодежной культуры», декабрь 1999 г.;
  - «О проблемах пьянства и алкоголизма в молодежной среде», декабрь 1999 г.;
  - «О проблемах наркомании в молодежной среде», декабрь 1999 г.;
  - «О проблемах преступности в молодежной среде», декабрь 1999 г.;
  - «Молодежь Москвы: от культа силы — к культуре мира», август 2000 г.;
  - «Проблемы патриотического воспитания молодежи. Россия — Родина моя», декабрь 2000 г.;
  - «Актуальные проблемы и перспективы развития клубных учреждений Москвы», декабрь 2000 г.— январь 2001 г.;
  - «О проблемах и работе московских кинотеатров», июль 2001 г.;
  - «Молодые москвичи об историко-культурных, патриотических и интернациональных традициях столицы», август 2002 г.;
  - «Молодежная культура и молодежные средства массовой информации», октябрь 2002 г.;
  - «Профилактика негативных явлений в молодежной среде средствами культуры и искусства», октябрь 2002 г.;
  - «Состояние и тенденции развития московских театров», май 2004 г. и др.;
  - «Молодежь Москвы. Шаг в XXI век», 2006 г.
- По итогам этих и других исследований Единым научно-методи-

ческим центром в сотрудничестве с Комитетом по культуре и другими комитетами Правительства Москвы был разработан ряд целевых комплексных городских программ, определяющих стратегию развития социально-культурной сферы города и воспитания молодежи на ближайшие годы.

Свои тематические планы, комплексные программы социально-культурной работы с молодежью имеют префектуры, управления культуры и досуга административных округов Москвы.

Реализация этих программ препятствует стихийным процессам коммерциализации культуры, превращению учреждений культуры, досуга и спорта в объекты торговли, казино, игротеки, способствует оживлению различных форм работы с молодежью, играет положительную роль в борьбе с негативными явлениями в молодежной среде, позволяет координировать деятельность всех городских служб, задействованных в области развития культурно-досуговой сферы города.

Москва является одним из крупнейших культурных центров мира, культурной столицей России. Именно в ней сконцентрировались и переплелись важнейшие культурные процессы, проблемы и противоречия нашего времени. Исследования новых факторов и явлений в культурной жизни московского мегаполиса позволяют обнаружить (методом сравнительного анализа) изменения и тенденции в развитии культурного процесса. Поворот столичной жизни к рыночной экономике затронул и культурную сферу города. Однако и по сей день имеет место подход к культуре не как к главной составляющей социальной практики, но всего лишь как к одной из второстепенных проблем или сфер жизни по сравнению с другими, например промышленностью, сельским хозяйством, обороной.

Эпоха перемен, через которые проходят Россия и ее столица, характеризуется заметными противоречиями в объективном развитии культурного процесса. Так, в Москве, где социальная поляризация особенно ощутима, вновь зарождается процесс, синтезирующий культурное, нравственное и политическое единство народа. Однако здесь же и именно в это время, как нигде в России, велика опасность утраты культурных, национальных ценностей вследствие бездумного подражательства Западу. Положение столицы особенно, поскольку инородное семя «вестернизации» прорастает прежде всего на московской почве.

Главной культурной особенностью московского мегаполиса является большая концентрация эстетических и культурных ценностей, а

значит — и потенциальных возможностей населения для приобщения к этим ценностям. Однако в действительности то обстоятельство, что далеко не всегда и далеко не для всех эти возможности реализуются, оборачивается фактически культурной дискриминацией части (а в кое в чем и большинства) московского населения.

Процесс культурного развития в московском мегаполисе идет в значительной степени стихийно. Новые частные учреждения культуры и досуга, которые возникли в последние годы, остаются вне сферы воздействия властных структур города во всех отношениях, кроме налогового. При общей ориентации на создание рыночной экономики власти города пока не смогли создать нормальных основ для активного развития рынка подлинно культурных услуг для жителей московского мегаполиса. Нет признаков того, чтобы структура средств развития культуры в Москве претерпела изменения, соответствующие реальным потребностям.

Сегодня необходимо отдавать себе отчет в том, что если прежде в государственной сфере культуры как низкодоходной или частично вообще бездоходной (экономически датируемой) кадровыми работниками становились люди, мыслящие преимущественно в категориях гуманистической этики, частично оставшиеся в ней и сегодня, то с развитием альтернативного, коммерческого пути развития культурно-досуговой сферы она начнет абсорбировать немалое число тех, кто мыслит в категории доходности, текущей выгоды, а вовсе не категориями духовности. Накопленный в последние десятилетия опыт на этом пути пока не оставляет места для большого оптимизма. Поэтому роль научно обоснованных критериев и методики государственного регулирования в сфере культурных процессов не уменьшается, а становится еще более зримой.

Центральными задачами в сфере столичной культуры сегодня являются:

- создание комплекса необходимых условий для достижения нового качества культурной жизни населения Москвы;

- научно-методическое обеспечение планирования всей текущей деятельности учреждений и организаций культурно-досуговой сферы;

- интенсификация использования имеющихся возможностей учреждений и предприятий культуры, творческого потенциала, трудовых, материальных и экономических ресурсов;

- разработка соответствующей законодательной базы, обеспечивающей государственную поддержку сферы культуры;

---

— обеспечение доступа к культуре и искусству всем гражданам, особенно молодежи, вне зависимости от их социального и материального положения;

— прекращение процесса передачи учреждений культурно-досугового характера в руки коммерческих фирм и частных лиц, запрещение непрофильного использования учреждений культуры и досуга;

— запрещение открытой пропаганды порнографии, сексуальных извращений, насилия, культа силы и жестокости в обществе;

— осуществление целенаправленной профилактики негативных явлений в молодежной среде — пьянства, алкоголизма, наркомании, детской проституции, бродяжничества, преступности и т.д.

---

<sup>1</sup> С е р г е е в В.К. Социальная адаптация и культурное воспитание в условиях московского мегаполиса. // ПОИСК. Вып. I. — М. — №1. 2001.

## Молодежь Москвы. Шаг в XXI век

*СЕРГЕЕВ Владимир Владимирович,  
заместитель директора Московского  
института социально-культурных программ,  
кандидат социологических наук*

На молодежи сегодня лежит историческая ответственность за сохранение и развитие национальных культурных традиций и ценностей, за цивилизованную культурную интеграцию России в мировое сообщество. В то же время именно молодежь сегодня является наиболее обделенной в культурном отношении частью российского общества, понесшей наибольшие культурные утраты. Информационно-культурная экспансия стран Запада, разгул масскультуры, ориентированной на самые невзыскательные вкусы, проявилась общим снижением культурного уровня подрастающих поколений, появлением новых для России негативных явлений в молодежной среде, ослаблением преемственности культурных традиций, утратой чувств гражданственности и патриотизма значительной частью молодежи.

Именно поэтому государство, Правительство Москвы уделяет сегодня особенное внимание молодежным проблемам — образованию, просвещению, культуре, социальной защите, охране здоровья. Проблемы молодежной культуры всегда находились в центре внимания Единого научно-методического центра и ныне Московского института социально-культурных программ. Развитию процессов в этой сфере посвящено и социологическое исследование «Молодежь Москвы. Шаг в XXI век», проведенное в декабре 2005 — марте 2006 гг. Московским институтом социально-культурных программ совместно с ИПЦ «Социум».<sup>1</sup>

В нем приняли участие молодые москвичи в возрасте 14—35 лет. Выборочная совокупность составила 800 человек.

Какие ценности представляются сегодня подросткам и молодежи самыми важными, значимыми? При анализе ответов на заданные вопросы очевидным становится, что на первом месте — ценности, связанные с материальными благами и карьерным ростом (51,6%). Заниматься интересным, любимым делом хотят 16,9%, иметь много денег — 11,5%, получить престижную профессию — 7,5%, повышать свою образованность — 8,2%, развить в себе определенные черты характера — 7,5%. Такие ценности, как любовь, семья, дети, зани-

## Социально-демографический портрет респондентов (в % от числа опрошенных):

### Возраст

14-17	16,0
18-21	17,8
22-25	15,4
26-29	24,8
30-35	26,0

### Пол

Мужской	57,1
Женский	42,9
Итого:	100,0

### Образование

Неполное среднее	13,1
Среднее и среднее специальное	30,8
Высшее и незаконченное высшее	52,5
Аспирант, соискатель учёной степени	3,6
Итого:	100,0

### Род занятий

Учащийся среднего учебного заведения	11,7
Студент вуза	31,8
Рабочий	11,0
Работник сферы обслуживания, торговли, транспорта	21,2
Научный сотрудник, преподаватель, медик, работник культуры, СМИ	7,0
Служащий, ИТР, менеджер, руководитель	12,1
Домохозяйка	1,5
Безработный	3,7

мают 38,2% респондентов. Из них создать семью стремятся 14,9%, иметь детей — 10,6 %, найти настоящую любовь — 12,7%. Иметь возможность развлекаться и отдыхать более всего хотят 8,2% молодых москвичей — почти столько же, сколько и тех, кто хочет иметь детей (10,6%). Разница составляет всего 2,4%! О распределении по возрастным категориям тех или иных приоритетов можно судить по данным, приведенным в табл. 1.

**«Для Вас самым важным в жизни является что?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14—17	18—21	22—25	26—29	30—35
Создать семью	12,8	14,0	17,4	13,9	16,4
Иметь детей	6,5	10,6	12,9	7,8	14,5
Найти настоящую любовь	16,7	15,3	10,8	11,1	10,6
Развить в себе определенные черты характера	8,7	11,2	6,1	5,6	6,4
Повышать свою образованность	8,0	8,7	10,0	6,7	8,4
Получить престижную профессию	10,7	9,1	6,3	11,1	1,9
Заниматься интересным, любимым делом	16,0	12,7	15,0	18,3	20,5
Иметь много денег	9,7	8,9	11,9	15,6	11,1
Иметь возможность развлекаться, отдыхать	9,7	7,4	7,7	7,8	8,7
Другое	1,2	2,1	1,9	2,1	1,5
Итого	100	100	100	100	100

Итак, почти каждый десятый из участников исследования отметил, что самым важным для него является повышение уровня образования. Достигнутый уровень не устраивает 44,8% респондентов в целом и 51,0% 30—35-летних и 63,9% из них намерены повышать этот уровень. У 18—21-летних стремление учиться еще сильнее — 75,5% намерены продолжить свое образование. Более всего удовлетворены своими знаниями 26—29-летние (51,6%) и они же менее всего чувствуют потребность в их повышении. В целом же 71,1% участников исследования отмечают потребность в повышении уровня своего образования, накоплении знаний. Следует учитывать различный базисный уровень образования на момент исследования у представителей различных возрастных групп. Понятно, что представители 14—17-летнего возраста — это в основном школьники, большинство из которых еще не закончили среднюю школу. Поэтому и процент стремящихся к повышению образования среди них наиболее высок (80,2%). Представители 30—35-летних — это группа, чья судьба уже в основном определилась.

Однако и среди них стремление к знаниям, повышению образования велико, что связано с карьерными амбициями, расширением

экономических возможностей, повышением жизненного уровня, социального статуса и т.п.

Какие возможности для этого молодым людям предоставляет государство, устраивает ли молодых москвичей образовательная система в России и если нет, то что именно их не устраивает?

Более всего неудовольствия было выказано в ходе опроса по поводу недоступности высшего образования, высокой оплаты за обучение (32,2%). Эту позицию чаще всего отмечают 22—25-летние и 30—35-летние москвичи. Каждый пятый участник исследования отмечает низкий уровень преподавания и недостаточный объем знаний (22,4%). Примерно такое же число участников исследования (20,5%) считает, что неудачные реформы снижают уровень образования. Более всего обеспокоены этим 22—25-летние (37,2%), т.е. в основном те, кто на момент опроса учится в том или ином высшем или среднем учебном заведении. На низкие стипендии жалуются 18,8% молодых людей, видимо, на собственном опыте убедившиеся, что на существующие стипендии невозможно жить и учиться в многомиллионном московском мегаполисе, где стоимость жизни столь высока. Другие ответы, не имеющие решающего значения, дали 6,1% респондентов.

Диаграмма 1

**«Устраивает ли Вас уровень Вашего образования?»**  
(в % от числа опрошенных)

Озабоченность молодых людей уровнем собственного образования и состоянием образовательной системы в России вполне объяснима (см. диаграммы 1 и 2). Именно образование в современном мире открывает дорогу не только к знаниям, но и к карьерному росту, овладению престижной, любимой и доходной профессией.

**«Чувствуете ли Вы потребность повышать уровень  
своего образования?»**  
(в % от числа опрошенных)

Какое же место в жизни молодых занимает или будет, по их мнению, занимать профессиональная деятельность, какой она должна быть по их представлениям? Почти половина респондентов (46,1%) считает важным, чтобы работа была интересной и творческой. Более всего акцент на этом делают самые младшие — 14—17-летние москвичи (57,7%). Почти треть молодых людей считает, что работа может быть неинтересной, но должна хорошо оплачиваться (29,2%). Такой позиции придерживаются более всего 26 — 29-летние (35,1%) и 30—35-летние (35,3%). Наименее серьезное отношение к работе высказали 19,3 % в целом по массиву молодых людей, считающих, что в работе важно, чтобы оставалось время на личную жизнь и развлечения. Среди 18—21-летних, придерживающихся такого мнения, оказалось 23,4%.

Гармонически развитая личность, в которой сегодня, на рубеже эпох, так нуждаются наши государство и общество, формируется из совокупности множества различных качеств. Какие из них сегодня представляются самым молодым москвичам наиболее важными, ценными, полезными для существования, поиска своего места в этом динамичном, сложном, стремительно меняющемся мире? На первое место в рейтинге личностных качеств молодые люди выдвинули честность (19,1%), на второе — доброту (15,6%), на третье — ответственность. Далее следуют: целеустремленность (11,7%), общительность (9,5%), сила воли (7,2%), независимость (7,7%), неординарность (5,1%), креативность мышления (4,9%), прагматизм (3,1%). Другие качества назвали 1,6% участников исследования. Такие данные получены в целом по массиву. При этом честность более всего ценят 22 — 25-летние (20,2%), ответственность — 30 — 35-летние (16,9%), а доброту — 18 — 21-летние (16,0%).

В переломные моменты общественного развития обостряются многие противоречия. Вот и в наше время много говорится и пишется об уходе молодых поколений от традиций, значительной утрате культурной преемственности, снижении взаимопонимания между «отцами и детьми». Как участники нашего исследования относятся к жизненному опыту старших, помогут понять их собственные ответы. Ответы на этот вопрос дают представление, что молодые люди (62,5%), в особенности 18 — 21-летние, лишь иногда принимают во внимание жизненный опыт старших и прислушиваются к их советам.

Признаются, что никогда не принимают во внимание советов старших и не следуют им в целом 10,2% молодых москвичей. Менее всего склонны следовать наставлениям родителей и старших и более всего самостоятельны в своих мнениях и поступках представители возрастных групп в диапазонах 26 — 29 лет (13,6%) и 30 — 35 лет (11,4%), чьи представления о мире, ценностях цивилизации и своей состоятельности, по их собственному мнению, уже сложились. И, наконец, отметили, что всегда принимают мнение старших во внимание и прислушиваются к нему 24,0%, т.е. практически каждый четвертый молодой москвич. Характерно, что осознание полезности этих советов в большей степени приходит в возрасте от 26 лет и старше (в нашем случае — до 35 лет).

Более всего нуждаются в них и прислушиваются к ним 26—29-летние москвичи. Видимо, именно в этом возрасте, наиболее активно включаясь в социальную среду, сферу производственных отношений, они наиболее всего нуждаются в опыте и советах старших, помогающих им ориентироваться в этом сложном и многообразном мире. Позднее, к 30—35 годам, когда молодые люди уже более уверенно «становятся на ноги», завоевывают определенные позиции, становятся уверенней в своих собственных силах, влияние старших несколько ослабевает (26,1%). Однако это влияние, а значит, и взаимопонимание, доверие у них намного выше, чем у молодых людей самого сложного «постперестроечного» возраста — от 18 лет до 21 года (15,8%).

Во все времена исследователей интересовала «загадка русской души», они отмечали высокий уровень духовности россиян. Сохранилась ли сегодня эта загадка или рационализм технократической эпохи, утилитарный прагматизм, наконец, атеизм социалистического периода и вульгарный атеизм постсоциалистического времени окончательно изжили духовные искания современных молодых поколений.

На вопрос «Увлечены ли Вы философией?» в целом положительный ответ дали 23,9% и отрицательный — 76,1% молодых людей. Несмотря на тройной перевес тех, кто дал отрицательный ответ, можно считать, что уровень духовности среди исследуемой молодежной аудитории достаточно высок. Трудно ожидать от подростков и молодежи «повального» и глубокого увлечения философскими теориями. А именно так многие из респондентов и трактуют этот вопрос. На уровне же раздумий о закономерностях бытия и смысла жизни именно эта категория населения и отличается разного рода исканиями и метаниями. И чем младше возраст, тем эти поиски умозрительней, но одновременно бескорыстней и раскованней. О том, что такие искания более свойственны переходному периоду, времени взросления, открытия мира для себя и себя для этого мира, свидетельствуют результаты исследования.

Динамика увлечения философией по мере взросления такова: 14—17 лет — 36%, 18—21 год — 19,2%, 26—29 лет — 17,2%. Как видим из приведенных цифр, с возрастом, утратой романтизма земное, материальное, приносящее практический результат, все более овладевает умами молодежи. И лишь когда в сфере материального появляются некая определенность, стабильность, уверенность (либо, наоборот, разочарование, неуспех), к возрасту 30—35 лет человек вновь обращается к философии, скорее всего жизненной, на бытовом уровне, стараясь понять закономерности происходящего вокруг него, с ним и в нем самом.

А как обстоит дело у молодых с религиозной философией, с их пониманием или отрицанием божественных начал мироздания в условиях прекращения существования атеистического государства?

Москва — город многонациональный и многоконфессиональный. С учетом того, что последняя перепись населения в России оказалась неудачной и, по мнению многих специалистов, не отражает реальной ситуации в стране в целом и в Москве в частности, а также того, что социально-демографические процессы в московском мегаполисе особенно стремительны, наши данные о конфессиональном составе исследуемой молодежной аудитории могут представлять как научный, так и практический интерес.

На вопрос «Если Вы верите в Бога, то к какой религии Вы себя относите?» ответы распределились так: в целом по массиву признают себя православными 73,9% молодых москвичей, оказавшихся участниками нашего исследования, 3,5% — приверженцы ислама, 1,6% — католицизма, 17% — иудаизма и 19,3% — других религий.

Таким образом, почти каждый пятый относит себя к представителям других вероисповеданий и с учетом наличия в Москве множества сект, в том числе тоталитарных, можно предположить, что именно в них вовлечено значительное число молодых москвичей, что представляет серьезную угрозу как для нормального, полноценного развития личности, так и для подрастающих поколений и московского социума в целом. Особенное беспокойство вызывает тот факт, что в большей степени к представителям других религий (а в этом контексте — и сект) относят себя самые младшие. В возрастном диапазоне 14—17 лет — 33,9%, а среди 18—21-летних — 34,7%. К 22—25 годам это число сокращается вдвое и составляет 14,0%, а в 26—29-летнем возрасте сокращается до 6,3%. К 30—35 годам эта численность вновь увеличивается, возможно, за счет увеличения числа исповедующих атеистические мировоззрения.

Интерес представляет и то, как обстоит дело в многоконфессиональной Москве с веротерпимостью, где, с одной стороны, компактно проживают различные национальные и разные по вероисповеданию диаспоры, а с другой — постоянно, хотя и примитивно, ведется пропаганда веротерпимости.

Положительно относится к людям другого вероисповедания практически половина (46,4%) молодежи Москвы. Отрицательно — каждый десятый (9,9%). Затруднились дать определенный ответ 27,0%. В эту группу, видимо, в значительной степени входят те, кто способен изменить свое отношение от позитивного до негативного в зависимости от тех или иных жизненных обстоятельств, например пока представитель другого вероисповедания не нанесет ему материального, физического или морального ущерба, не перейдет дорогу в карьерном росте, не обидит или не оскорбит достоинства его или его близких.

В целом группа, отрицательно относящаяся к представителям другого вероисповедания и не давшая определенного ответа, оказалась довольно внушительной (36,9%) и при определенных условиях она может стать вовлеченной в межрелигиозный конфликт, асоциальные и противоправные действия.

По возрастам отношение к представителям другого вероисповедания выглядит следующим образом (см. табл. 2).

Национальная нетерпимость молодых жителей столичного мегаполиса проявилась заметно в большей степени. Однозначно положительно к представителям другой национальности относятся 39,5%, из них отрицательно — 13,9% и затруднились (или не пожелали) дать

**«Как Вы относитесь к людям другого вероисповедания?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14—17	18—21	22—25	26—29	30—35
Положительно	39,1	43,6	49,6	42,4	54,8
Отрицательно	9,4	12,1	10,6	9,1	9,1
Затрудняюсь ответить	25,8	20,7	26,8	39,4	20,2
Другое	25,7	23,6	13,0	9,1	15,9
Итого	100	100	100	100	100

однозначный ответ — 31,5%. При этом самой скрытной в своем отношении к представителям другой национальности оказалась группа 26—29-летних, 43,1% из них затруднились (или не захотели) конкретно ответить на заданный вопрос. А наибольшими «экстремалами» относительно этой проблемы проявили себя 18—21-летние, 15,5% из которых высказали отрицательное отношение к представителям другой национальности, и в еще большей степени 30—35-летние (16,1%).

Причины настороженного отношения к представителям другой национальности в значительной степени объясняются тем, что в последние годы резко возрос приток мигрантов в Москву из бывших союзных республик и из стран дальнего зарубежья, что, по мнению 42,7% участников нашего исследования 2000 г.<sup>1</sup> отрицательно влияет на культурную ситуацию в столице. Это отрицательное влияние, по мнению участников опроса, проявляется прежде всего в том, что жить в Москве стало опасней (46,4%), снизился общий культурный уровень москвичей (20,5%), участились случаи проявления национальной розни, нетерпимости (16,0%), сократились возможности для москвичей реализовать свои традиционные культурные запросы (15,4%). Исходя из этого, 29,6% участников исследования 2000 г. оценивали состояние межнациональных отношений в Москве как плохое и 51,2% как хорошее или удовлетворительное.

Проблема межнациональных отношений в Москве является, как показывают наши исследования, одной их наиболее волнующих москвичей, причем актуальность ее возрастает с течением времени в связи с продолжением потока в Москву переселенцев из стран СНГ. Ситуация осложняется еще и в связи с тем, что Управление по делам миграции при ГУВД Москвы в конце 2005 г. было расформировано.

Функции перешли к Паспортно-визовому управлению Федеральной миграционной службы, которое вряд ли сможет успешно решить проблемы иноэтничных мигрантов, их натурализации и социальной адаптации. Структура же, которая могла бы аккумулировать специалистов, сведущих в этнической и социальной психологии, конфликтологии, натурализации и при этом еще обладать административным ресурсом, сейчас нет.

Мэр Москвы Ю.М. Лужков отмечает: «Сегодня те законы, которые приняты в стране, не дают ни городским, ни федеральным властям возможности влиять на механический прирост численности города. Как москвич я говорю об этом с сожалением. Москва всегда была многонациональным городом. Но русских абсолютное большинство». <sup>2</sup> И эта обеспокоенность абсолютно оправдана. Только 15% мигрантов со временем меняют идентичность, когда под влиянием среды обитания меняется их образ жизни, утрачивается «язык предков» и они окончательно укореняются в инокультурном социуме и начинают ощущать себя в первую очередь жителями данной страны и города, а уже потом представителями той или иной национальности.

Ученые Института этнологии и антропологии РАН, исследующие эти проблемы, исходя из данных своих исследований, считают, что в том, что нерусские приезжие не стремятся к существующим нормам поведения, виноваты национально-культурные сообщества Москвы: две трети их руководителей считают целью деятельности своих обществ развитие и пропаганду среди москвичей своего национального языка и культуры. Ставя перед собой в основном экономические, хозяйственные цели, многие столичные мигранты часто не задумываются о том, сумеют ли они «вписаться» в этнокультурную среду Москвы, станут ли здесь «своими», смогут ли принять местные особенности быта и нравов, не будут ли их поведение, обычаи, привычки диссонировать с принятыми в Москве. Чем обособленнее этническая группа, чем больше «культурная дистанция» между приезжими и местными жителями, тем настороженнее отношение москвичей, для которых многочисленные приезжие, особенно отличающиеся своей внешностью, манерами, темпераментом (прежде всего коренные народы кавказских и азиатских республик), воспринимаются чужаками, нарушающими привычный уклад жизни.

Как отмечает депутат Московской городской Думы А. Палеев, Москва всегда обладала высокой гражданской культурой общежития. «И пока этот уровень сохраняется, мигранты обязаны стремиться к нему. Никак нельзя отрицать права и обычаи представителей других наци-

ональностей и народностей, но недопустимо унижать культуру и традиции титульной (русской) нации. Ее уставы, традиции и обычаи обязаны соблюдать все мигранты, причем не только по букве закона, но и по духу». <sup>3</sup>

Москва — интернациональный, благожелательный и гостеприимный город. Но, может быть, потому, что гостей стало слишком много на вопрос нашей анкеты «Испытывали ли Вы когда-нибудь чувство ущемления национального достоинства?», 31,7% — почти треть молодых москвичей — дали положительный ответ. Среди представителей возрастной группы 26—35 лет их число достигает 39,3%. А ведь именно это чувство может стать причиной крупномасштабных межнациональных конфликтов, как это было, например, в Париже в 2005 г.

Проведенное учеными ИСПИ РАН на Ассамблее народов России исследование проблем межнациональных отношений позволяет в концентрированном виде оценить наиболее актуальные из них. По мнению большей части участников Ассамблеи, межнациональные отношения можно охарактеризовать как напряженные, — 61%; как стабильные эти отношения оценили 35% опрошенных. Среди ведущих факторов, вызывающих напряженность в межнациональных отношениях, респонденты выделили: социально-экономический кризис (53%); ошибки в национальной политике (48%); противоборство политических сил (28%); средства массовой информации (26%). <sup>4</sup>

«В общество, наконец, приходит понимание того, что государственное устройство в полиэтнической стране, какой является Россия, нормальное развитие федеральных и межнациональных отношений — это проблема жизни и смерти российской государственности, важнейшая составляющая национальной безопасности». <sup>5</sup>

В традиционно-интернациональной Москве с увеличением нерусского населения, появлением миллионных азербайджанских, армянских диаспор, измеряемых сотнями тысяч узбекской, таджикской, грузинской, чеченской и других диаспор, сравнительно новых для Москвы, но быстро разрастающихся в целые районы компактного проживания китайских, вьетнамских, а теперь еще и арабских, африканских и других этнических групп демографическая проблема вышла в разряд наиболее актуальных и взрывоопасных. «Совместное сосуществование многих наций порождает между ними не только чувство солидарности, но и борьбы» — пишет С.Н.Булгаков. <sup>6</sup>

Смыслом социально-экономического прогресса общества являются интересы развивающейся личности, которые, в свою очередь,

выступают в качестве источника движущей силы этого прогресса. Развитие личности, таким образом, есть самоцель общественного развития и в то же время его двигатель.

В процессе самореализации молодой человек особенно нуждается в надежных жизненных ориентирах. Без прочной опоры на социальные и групповые ценности, существующие в коллективных представлениях людей, ему трудно обрести смысл своего существования, определить цели, рассчитанные на ближайшую и отдаленную перспективу, выбрать адекватные действия в направлении этих целей. Помимо государственных институтов, способствовать формированию личности могут различные общественные формирования.

В советский период государство уделяло проблеме воспитания, социализации подрастающих поколений самое пристальное внимание. Это было связано с тем, что именно на молодежь в то время возлагались особые надежды в контексте преобразовательных идей, касающихся как внутривнутриполитической, так и внешнеполитической сфер. Примером тому может служить наличие и эффективная «эстафетная» деятельность общественных (октябрьской, пионерской, комсомольской) организаций, способствующих консолидации подрастающих поколений, позитивному прогосударственному, прообщественному воспитанию, повышению знаний и необходимых навыков, духовному и культурному воспитанию, повышению знаний и необходимых навыков, духовному и культурному воспитанию, продолжению и развитию национальных культурных традиций, преемственности поколений.

С развалом СССР прекратили свое существование и эти организации. Подростки и молодежь вышли из-под государственной опеки, оказались предоставлены самим себе и «уличным» воспитателям.

Лишь в последнее время в связи с волной оранжевых и прочих молодежных революций в странах СНГ государство обратило свое внимание на молодежь, стало делать попытки объединения ее под знамена гражданственности и государственности.

Чувствует ли сама современная молодежь потребность ощутить себя в семье единомышленников, вступить в какую-либо организацию? И наши идеи, цели, направления влекут ли ее более всего? Исходя из ответов наших респондентов, почти половина (47,8%) из них не испытывает желания вступить в какую-либо организацию, а среди 26 — 29-летних «индивидуалистов» еще больше — 59,7%. Более всего привлекают молодых москвичей различные секции и курсы, открывающие возможность повысить уровень образования (18,2%).

Прежде всего такое стремление обнаруживают 22 — 25-летние (23,2 %) и 18 — 21-летние (22,5%) москвичи. Далее по популярности следуют клубы по интересам и фан-клубы (12,7%). Самыми активными здесь оказались 18 — 21-летние — их насчитывается 18,3%. Среди участников опроса оказалось 7,9% тех, кто уже является членом какой-либо организации. Здесь наиболее активными оказались представители возрастной группы от 14 до 21 года (10,4 %). Молодежные политические движения и партии привлекают в общей сложности 9,8% молодых москвичей. Причем в молодежные политические движения стремятся в большей степени 14—17-летние (11,5%), а в партии 30—35-летние (9,1 %). Признались, что интересуются деятельностью сект в целом 3,6% подростков и молодежи. Наиболее подвержены этому влечению 14—17-летние (3,8%) и 26 — 29-летние (6,0%) москвичи.

Смена идеологием, переоценка ценностей, размывание нормативных установок, в том числе и поведенческих, способствует росту пассивности среди молодежи. Отсутствие массовых молодежных организаций, незанятость и социальная незащищенность имеют следствием развитие различных видов девиаций, выполняющих в значительной степени компенсаторные функции.

Социальные институты призваны не только удовлетворять те или иные потребности и интересы людей, но и формировать их и обуславливать интересы, формировать нормативные установки и образцы социальной деятельности личности, обозначая границы рационального и социально допустимого.

Из результатов настоящего и других исследований следует, что в условиях неблагоприятного влияния макросреды возросли интересы сугубо личностного, прагматического плана в молодежной среде. У значительной части молодежи утрачены такие нравственно-психологические черты, как романтизм, самоотверженность, готовность к подвигу, честность, добросовестность, вера в добро и справедливость, стремление к поиску идеала, к позитивной реализации социально значимых интересов и целей.

Сравнивая ключевые события разных исторических эпох при различных общественно-политических условиях можно увидеть, что тем общим, что помогало россиянам выжить и победить, были высшие патриотические чувства народа, его сплоченность, созидательная гражданственность. Патриотизм необходимо воспитывать повседневно, с детства и на протяжении всей жизни, это одна из главных государственных задач.

Одной из составляющих патриотизма является гордость за свою страну. Насколько свойственно это чувство сегодня молодым москвичам, помогают ответы наших респондентов. О значительной утрате чувства патриотизма среди подрастающих поколений свидетельствует то, что лишь 49,7 % из них высказываются, что испытывают чувство гордости за свою Родину. При этом меньше всего патриотически настроенных оказалось среди возрастных групп 22—25-летних (46,8%) и 30—35-летних (44,1%) отрицательный ответ дали 24,7% молодых людей. И затруднились с определением ответа 25,6 % респондентов. Более всего сомневающихся оказалось в группе 22—25-летних (29,0%). Эти результаты оказались хуже, чем в нашем исследовании 2000 г., где 79,0% респондентов признались в том, что гордятся, что они россияне и лишь 21,0% дали отрицательный ответ.

Видимо, отсутствие гордости за свою собственную страну порождает желание покинуть ее у 26,8% участников исследования, наибольшее стремление поискать счастья в чужой стороне высказывают 26-29-летние.

К колеблющимся относятся 17,5% молодых людей, и их больше всего в группе 14—17-летних. И тех, кто не стремится искать счастья на чужбине — 55,7%.

Отвечая на вопрос о том, существует ли сейчас опасность внешней военной угрозы России, респонденты разделились на три примерно равных группы: 35,6% считают, что такая угроза есть, 37,6% отрицают наличие такой угрозы и 26,8% затруднились дать определенный ответ. Более всего колеблющихся оказалось в группе 30—35-летних. Более всего уверенных в такой угрозе — среди 18—21-летних москвичей.

А какова же готовность представителей наиболее активной части населения защищать свою Родину с оружием в руках? Активных защитников оказалось 50,2%, более всего в группе 14—17-летних (53,1%) и менее всего среди 22 — 25-летних (46,7%). Не выразили такой готовности в целом 25,4% и затруднились ответить 24,4% респондентов.

Представления молодежи о России будущего не очень оптимистичны в целом. Великой державой ее видят 46,8 % (наиболее оптимистична группа 18—21-летних — 53,5%). Среднеразвитой страной в будущем ее представляют 19,5%, страной «третьего мира» — 10,2%. Здесь наибольшими пессимистами оказались 22—25-летние (16,9%) и затруднились дать определенный ответ 23,5%.

Для сравнения: участники нашего исследования 2000 г. видели

будущее России как великой державы — 53,0%, среднеразвитой страной — 30,0% и отсталой страной — 17,0%. Как видим, в представлениях о будущем своей Родины у молодежи несколько прибавилось оптимизма.

Духовная культура оказывает большое влияние на формирование личности, особенно в период становления, в подростковом, молодежном возрасте. Этот процесс начинается в самом раннем возрасте. За годы преобразований в России система образования, просвещения, культурного воспитания, организации досуга претерпела кардинальные изменения. По сути, детство, отрочество и молодость наших респондентов прошли уже в новых, изменившихся условиях, отличных от старших поколений. Что способствовало процессу их социализации, чем увлекались они в детстве? Занимались спортом 41,6% в целом. При этом опрос показал, что 26—35-летние москвичи в детстве спорту уделяли больше времени (45,6%), чем сегодня 14—17-летние (36,8%). Отметили, что занимались в музыкальных школах, 19,2%. Причем сейчас занятия в музыкальных школах посещает большее число детей (21,6%), чем это было 15-20 лет назад (17,3%). Почти каждый пятый (19,9%) отметил, что в детстве посещал занятия в тех или иных кружках, студиях, центрах творчества. И здесь активность 30—35-летних в детстве была выше, чем сегодня (27,1%). Детские художественные школы и школы искусств посещали в детстве 11,7% нынешней молодежи.

А чем сегодня заполняют свой досуг московские подростки и молодежь? В общении с друзьями — 23,8%, посещают концерты и ночные клубы 18,2% (более всего — 23,6%), занимаются спортом 15,1%, у телевизора проводят время 14,6% (самые младшие — 6,2%, самые старшие — 22,5%), различными хобби увлечены 8,5%, посещают музыкальные школы, школы искусств, художественные школы, студии, клубы по интересам 4,7%, в молодежном движении или партии — 2,6%, другие альтернативы отметили 8% участников исследования.

Наше время справедливо называют веком информации, которая оказывает сильнейшее воздействие на формирование мировоззрения подрастающих поколений, развитие культурных процессов.

Французский социолог А.Моль полагает, что с появлением масс-медиа прежнее культурное достояние общества или индивида утрачивает свое значение. Даже базовая система образования, принятая в обществе, также перестает играть прежнюю роль. Для молодого человека сегодня гораздо большее значение имеет не сумма знаний,

получаемых в семье, школе или колледже, а то, что он услышит по радио, увидит по телевизору или в кино, прочтет в афише или в газете, узнает из разговора с сослуживцами и соседями. В результате прежняя более или менее целостная система знаний и ценностей заменяется набором переменчивых установок, на которые постоянно воздействуют масс-медиа.<sup>7</sup>

Если прежде в процессе познания мира человек опирался на собственные коммуникативные средства ( глаза, уши, обоняние, осязание) и возможности, то сегодня в большинстве своем он получит субъективно переработанную, препарированную и идеологически заданную информацию, попадая в зависимость от того, кто ее представляет, от тех целей и задач, которые ставят перед собой СМИ.

В 2001 г. в контексте нашего исследования на вопрос о том, из каких источников подростки и молодежь получают наиболее интересную, полезную информацию о своей жизни, ответы распределились следующим образом (см. диаграмму 3).<sup>8</sup>

Диаграмма 3

**«Из каких источников Вы получаете  
информацию о жизни молодежи?»**  
( в % от числа опрошенных)

В последнее время радио вышло на первое место среди предпочтений молодых. Какие же радиостанции они слушают чаще всего? На первом месте «Наше радио» (18,1%), которое более популярно среди подростков 14—17 лет (24,4%), чем у 30—35 летних (11,0%). На втором месте — «Европа-плюс» (15,6%), которое более слушает старшая группа (20,5%) и менее всего — младшая (11,9%). На третьем месте — радио «Максимум» (14,3%), наиболее популярное сре-

**«Какие радиостанции Вы слушаете чаще всего?»**  
(в % от числа опрошенных)

<b>Радиостанция</b>	<b>%</b>
«Наше Радио»	18,1
«Европа-плюс»	15,6
«Другое»	14,9
Радио «Максимум»	14,3
Радио «Ультра»	11,6
«Авторadio»	8,4
«Русское радио-1»	7,4
«Русское радио-2»	4,6
Радио «Классика»	2,9
«Эхо Москвы»	2,2
Итого	100

ди 18—21-летних (17,9%) и наименее — среди 30—35 летних (9,8%). Далее см. табл. 3.

В ходе опроса молодые москвичи высказали ряд практических замечаний в адрес средств массовой информации. По их мнению, например, много «отвлекающей», маловажной информации (23,5%), чересчур много рекламы (25,3%), много важной, по их мнению, информации умалчивается (22,0%), зачастую искажаются новости и события в стране (16,2%), мало независимых телеканалов, радио, газет (7,1%). Отметим, что доверяют СМИ только 5,9% респондентов.

Журналистика для подростков и молодежи, как и журналистика в целом, является особым социальным институтом и должна выполнять по отношению к обществу определенные функции. В качестве главных являются такие функции, как информационная, воспитательная, образовательная, познавательная, а также функция социализации. К этой же группе можно отнести и специальную функцию общения, целью которой является создание особого информационного пространства для обмена мнениями между представителями подростковой, молодежной аудитории. В последнее время функция общения приобретает все большее значение. Как мы имели возможность убедиться из результатов данного и предыдущих исследований, современная молодежь все более осознает наболевшие проблемы рос-

сийских средств массовой информации, в том числе и ориентированных в своей деятельности на подростков и на нее.

Современные молодежные СМИ недостаточно ориентированы на решение задач по эстетическому, культурному, духовному воспитанию подрастающих поколений. На страницах молодежных газет и журналов, на молодежном радио и телевидении мало места уделяется пропаганде культуры и искусства народов России, классики в области литературы, поэзии, драматургии, театра и кино. Зато неоправданно большое внимание уделяется пропаганде худших образцов зарубежной и отечественной масскультуры, обедняющей духовный мир молодежи.

В досуговых предпочтениях подростков и молодежи первое место занимает музыка, песенное творчество, оказывающее, как известно, не только большое психоэмоциональное воздействие на человека, но и способное нести как позитивное, так и негативное воздействие на формирование личности в целом.

В ходе исследования выяснилось, что на первом месте в музыкальных пристрастиях молодых москвичей стоит так называемая легкая музыка. Склонность к ней отметили 76% участников опроса. При этом рок-музыку предпочитают слушать 41% (из них 22,5% — российскую и 18,4% — зарубежную), поп-музыку любит вдвое меньшее число молодежи — 19% (из них 9% — российскую и 10% — зарубежную). Не пользуются особой популярностью эстрадные музыкальные жанры, они представляют интерес лишь для 8% московской молодежи и уступают по популярности даже музыкальной классике (11%), что является новой тенденцией в музыкальных предпочтениях молодежи и подростков. И вот уже который год традиционно на последнем месте в рейтинговой шкале оказывается народная (этническая) музыка, все более вытесняемая легкими музыкальными жанрами.

По возрастным категориям картина выглядит следующим образом.

Очевидно, что понимание классики и народной музыки и тяга к ним приходят с возрастом. Любителей классики среди 30—35-летних в полтора раза больше, чем среди 14—17-летних, а приверженцев народной (этнической) музыки в 30—30-летнем возрасте почти в 4 раза больше, чем в возрасте 14—17 лет.

Ответы на вопрос о том, как часто подростки и молодежь посещают музыкальные акции, концерты любимых групп, исполнителей, распределились следующим образом: раз в месяц или чуть чаще приобщаются к музыке 25,5% респондентов, раз в два-три месяца

**«Ваши музыкальные предпочтения?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14—17	18—21	22—25	26—29	30—35
Классическая музыка	10,2	10,1	8,7	10,1	16,2
Народная музыка (этническая музыка)	2,7	2,9	6,6	3,7	8,5
Эстрадная музыка	3,5	2,2	3,5	10,1	17,0
Российская поп-музыка	7,5	6,1	11,4	8,3	11,4
Зарубежная поп-музыка	9,0	9,4	12,7	9,2	10,2
Российская рок-музыка	28,6	31,0	22,3	21,1	12,8
Зарубежная рок-музыка	21,2	22,0	19,7	18,3	12,8
Клубная музыка	9,0	9,7	9,6	11,0	3,4
Другое	8,3	6,6	5,5	8,2	7,7
Итого	100	100	100	100	100

— 19,7%, раз в полгода и реже — 18,6%, раз в год и реже — 13,2%.

С возрастом активность приобщения к музыке, посещение различных музыкальных программ и акций заметно снижаются. Если раз в месяц и чаще на музыкальные мероприятия ходят 34,4% 14—17-летних москвичей, то уже к 30—35 годам, когда люди обременены более серьезными производственными, общественными, семейными проблемами, численность активных музыкальных «тусовщиков» снижается до 15,6%.

**«Как часто Вы посещаете молодежные музыкальные акции,  
концерты любимых групп, исполнителей?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14—17	18—21	22—25	26—29	30—35
Раз в месяц и чаще	34,4	33,3	24,0	25,8	15,6
Раз в два-три месяца	35,2	23,4	17,6	16,7	11,8
Раз в полгода и реже	14,8	21,3	22,4	19,7	15,6
Раз в год и реже	8,6	14,2	16,0	10,6	15,6
Не посещаю	7,0	7,8	20,0	27,2	41,4
Итого	100	100	100	100	100

Если в 14—17-летнем возрасте совсем не посещающих такого рода мероприятия насчитывается лишь 7%, то к 26—29-летнему возрасту их уже 27,2%, а к 30—35 годам приближается к половине (41,4%).

Вовсе не посещает или посещает редко музыкальные программы почти четвертая часть (33,2%) молодых москвичей. В чем же кроется причина? Каждый четвертый (24,5%) в числе основных причин называет высокую стоимость билетов. Этот фактор является по вполне понятным причинам наиболее болезненным для младшей подгруппы — подростков в возрасте 14—17 лет. Его отметили 37,4%. В возрастной категории 30—35 лет эту причину назвали 21,2% опрошенных.

Наиболее взыскательными в выборе концертных программ, музыкальных групп или клубов оказались 18,2% респондентов в целом по массиву, из них 22—25-летние (22,4%) и 26—29-летние (20,6%). Наименее взыскательные, «всеядные» — 14—17-летние подростки (15%) и, видимо, достаточно отстранившиеся от веяний музыкальной моды 30—35-летние (15%). Для 18,2% причиной редкого посещения музыкальных программ является удаленность площадок и неудобства с транспортом. Причем этот фактор является решающим для молодых людей в возрасте от 22 до 29 лет (в среднем 22,2%). Сетуют на недостаток рекламы и информации об интересующих их концертах 16,9% респондентов. Особенно этот недостаток ощущают 26—29-летние москвичи (22,2%) в отличие от более мобильных 18—25-летних (15,3%). Другие причины назвали 23,1% молодых москвичей.

Подростки, молодежь как категория населения, наиболее включенная в музыкальный процесс, уделяющая музыке значительную часть своего досуга, живущая интересами пестрой музыкальной тусовки, часто принадлежащая к субкультуре музыкальных фанатов той или иной музыкальной группы, смогут выступать своеобразными экспертами при оценке того, как влияют (или не влияют) тексты популярных песен на сознание молодых людей.

Больше половины (59,0%) участников исследования однозначно положительно ответили на этот вопрос. Причем наибольшему влиянию подвержены 14—17-летние (69,2%) и 30—35-летние москвичи.

Не подверженными, по их мнению, оказались 17,2% москвичей в целом (12,3% — 14—17-летних, 15,5% — 18—21-летних, 20,0% — 22—25-летних, 16,9% — 26—29-летних и 19,9% — 30—35-летних).

**«Как Вы думаете, влияют ли тексты популярных песен  
на сознание молодых людей?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14–17	18–21	22–25	26–29	30–35
Да, конечно влияют	69,2	59,2	54,4	50,8	63,0
Нет, не влияют	12,3	15,5	20,0	16,9	19,9
Затрудняюсь ответить	11,5	17,6	17,6	29,2	15,6
Другое	7,0	7,7	8,0	3,1	1,5
Итого	100	100	100	100	100

И затруднились ответить на этот вопрос 18,9% (подробней см. табл. 6).

А как влияет на молодых современная массовая культура в целом? По мнению молодежи, которая и является прежде всего объектом воздействия массовой культуры, ее потребителем, это влияние отрицательно, ее уровень слишком низок, она формирует поколение рекламных брэндов. Такого мнения придерживаются 18,0%. Поло-

**«Влияет ли на Вас современная массовая культура  
(музыка, кино, литература, живопись) и если да, то как?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14–17	18–21	22–25	26–29	30–35
Отрицательно, ее уровень слишком низок, она формирует поколение рекламируемых брэндов	16,)	17,7	15,3	10,4	28,7
Положительно, она понятна и доступна	29,6	24,8	25,8	23,9	17,8
Никак не влияет, у меня есть свои предпочтения в музыке, кино, моде	51,2	53,2	55,6	64,2	47,5
Другое	3,2	4,3	3,3	1,5	6,0
Итого	100	100	100	100	100

жительно относятся к продуктам массовой культуры, считая ее понятной и доступной, 23,7% молодых москвичей. И, наконец, придерживаются мнения, что массовая культура не оказывает на них никакого воздействия, 54,6%, считая, что они сами формируют свои предпочтения в этой сфере. Незначительное число (3,7%) респондентов дали те или иные другие ответы.

Наиболее критически относится к образцам современной массовой культуры старшая возрастная группа — 30—35-летних, 28,7% оценивают их отрицательно. А наиболее положительно — самые младшие, 14—17-летние (29,6%). Они же чаще всего придерживаются мнения, что массовая культура не оказывает на них никакого влияния (51,2%), что лишь подтверждает их неспособность к анализу и самооценке (подробнее см. табл. 7).

Молодежь как составную часть городского социума и молодежной культуры характеризует целый ряд общих черт как позитивного, так и негативного, деструктивного характера. Неумеренное употребление спиртных напитков молодежью и подростками большинством исследователей рассматривается как индикатор неблагополучия макро- и микросреды. У злоупотребляющих алкоголем наблюдаются такие изменения личности, как перевозбудимость, взрывчатость, заострение характерологических черт, свойственных пубертатному возрасту, быстрое развитие нарушений социальной адаптации, сужение круга интересов, асоциальные проявления, эмоциональное огрубение, конфликтность, цинизм. Злоупотребление спиртными напитками, пьянство и даже алкоголизм среди молодежи приобрели массовый характер.

Приобретение в раннем возрасте тяги к систематическому употреблению спиртных напитков, помимо пагубного влияния на организм подростка, оказывает разлагающее воздействие на его сознание, образ жизни, интеллект, культурное и духовное развитие. Употребляющий спиртное подросток, молодой человек оказывается выключенным из культурной сферы городской среды, он отстает в своем развитии от сверстников, что в свою очередь вызывает у него ощущение социально-культурной обделенности, ущербности, способствует росту агрессивности, асоциальным, противоправным проявлениям.

В 1999—2000 гг. нами в Москве проводилось социологическое исследование, посвященное проблемам пьянства и алкоголизма в молодежной среде. Нас интересовала взаимосвязь и взаимозависимость уровня культурного развития молодежи и подростков, их

включенности в культурный прогресс с различными формами девиантного поведения, в данном случае — со злоупотреблением спиртным.

На вопрос анкеты «Существует ли, по Вашему мнению, проблема чрезмерного употребления алкоголя молодежью?» положительный ответ дали 67% молодых москвичей, свидетельствуя тем самым, во-первых, о наличии такой проблемы, во-вторых, об осознании ее существования значительной частью самой молодежи. Однако практически каждый пятый, точнее, 19% опрошенных, отрицательно ответил на этот вопрос. Затруднились дать определенный ответ на этот вопрос анкеты 14% участников опроса.

Спустя пять лет мы снова обратились к молодежи с вопросом: «Считаете ли Вы, что злоупотребление спиртными напитками — серьезная проблема для молодежи?» — положительный ответ дали 71,5% респондентов, отрицательный — 20,1% и затруднились дать определенный ответ — 8,4%. Характерно, что осознание пагубности этого зла возрастает с годами. Если губительность злоупотребления спиртным в возрасте 14—17 лет осознают 61,2%, то в возрасте 30—35 лет — уже 92,7%. Не осознают опасность алкоголя 31,0% 14—17-летних, и лишь 7,3% 30—35-летних. Сомневаются при ответе на этот вопрос 20,4% 14—17-летних молодых москвичей и совсем не остается сомнений у 30—35-летних.

Как видно из приведенной ниже диаграммы 4, хотя и незначительно, но выросло число тех, кто осознает серьезность проблемы злоупотребления спиртным в подростково-молодежной среде. Сократилось и число сомневающийся или равнодушных.

В большинстве своем молодежь критически относится к употреблению спиртного. Однако, во-первых, она видит опасность от него за некоей неопределенной для самой себя и еще далекой чертой, во-вторых, каждый готов осуждать другого за алкогольные излишества и отрицает это свойство у себя, в-третьих, младшие охотно критикуют старшее поколение, своих родных, родителей, упрекая их в чрезмерном пьянстве, по существу называя вещи своими именами, но зачастую не способны адекватно оценить поведение свое или своих друзей, сверстников. Отсутствие ощущения опасности именно для себя — типичная черта молодых.

Так как же все-таки вести себя подросткам и молодежи по отношению к спиртным напиткам, которые рекламируются и продаются, в том числе подросткам и молодежи, в современной России буквально на каждом шагу? Какое отношение к спиртному, по мнению наших

респондентов, можно считать нормальным? Каждый третий из них (38,3%) придерживается мнения, что спиртное можно употреблять по праздникам, за столом и в ограниченном количестве; 26,9% считают, что иногда можно «крепко» напиться; 16,7% думают, что пить можно часто, но слабые напитки (пиво, вино, шампанское); почти каждый десятый (9,1%) участник исследования заявляет, что употреблять любые спиртные напитки можно всегда, если есть деньги и подходящая компания; такое же число молодых москвичей уверены, что алкоголь нельзя употреблять никогда и ни при каких обстоятельствах.

Диаграмма 4

**«Является ли злоупотребление спиртным  
серьезной проблемой для молодежи?»**

(в % от числа опрошенных)

При анализе разброса мнений по возрастным категориям обращает на себя внимание тот факт, что в отношении к алкоголю в основном не наблюдается значительных различий между представителями старшей и младшей групп.

К употреблению слабых напитков более склонны 14—17-летние москвичи (24,8%), позволяют себе крепко напиться более всего 26—29-летние, а употреблять любые спиртные напитки всегда, если есть деньги и подходящая компания, позволяют себе прежде всего 22—25-летние (11,6%).

Снижение возраста уровня и расширение массовости приобщения к алкоголю в последние полтора десятилетия в России характерны как для жителей города, так и для сельской местности. Однако в городских условиях, особенно в мегаполисах, это явление имеет бо-

лее интенсивный и сплошной характер. Влияют на его развитие десятки различных факторов как в социальной, так и в экономической сферах.

В сложившихся социально-политических и экономических условиях отклоняющееся поведение молодых людей, во-первых, существует потому, что новая социальная система возникает не на пустом месте, имеет место некая преемственность, в том числе и пороков, отклонений. Во-вторых, процесс трансформаций, развитие новой социальной системы неравномерен и неоднозначен, имеет множество негативных факторов, а это порождает диспропорцию в соотношении ее элементов и приводит к отставанию некоторых из них, к тем или иным дефектам функционирования общества и его членов.

В-третьих, может наблюдаться неполная адаптация развивающейся системы к внешним и внутренним условиям ее существования.

Иными словами, социальное, культурное или техническое развитие может отставать от вновь возникающих общественных, духовных и экономических потребностей. В-четвертых, нельзя сбрасывать со счетов случайные события. Все это в совокупности и служит конкретным источником различных негативных явлений.

Социальные болезни присущи любому обществу, свидетельства тому можно найти во все времена и во всех странах. Однако важно, что характер «эпидемий» эти болезни приобретают в переломные, кризисные периоды развития общественных процессов. Чем более бурно, болезненно происходит ломка социальных институтов, чем острее ощущаются отражаются переломы на обществе и человеке, тем выше уровень девиаций, их диапазон, тем больше тяжесть последствий. Девиантное поведение — а наркомания представляет собой одну из относительно новых для цивилизованных стран форм девиации — есть «социальное явление, выраженное в массовых формах человеческой деятельности, не соответствующих официально установленным или фактически сложившимся в данном обществе нормам (стандартам, шаблонам)<sup>9</sup>.

Сегодня подростков, молодых людей, потребляющих наркотики, можно встретить в любой компании. Наркотики вошли в молодежную моду. Все чаще в подростковом, молодежном сознании разрушаются барьеры, отделяющие от первой наркотической дозы. Приобщаясь к кругам, где распространено употребление наркотиков, новички перенимают их взгляды, ценности, образ жизни. Вовлечению молодых людей в наркотизацию способствуют

ют дистрессогенные социально-экономические условия современности. Все чаще употребление наркотиков выступает способом адаптации к сложной микросоциальной обстановке, решения личных проблем, служит средством ухода от действительности или самоутверждения.

Как воспринимает эту проблему молодежь сегодня? Как выяснилось, абсолютное большинство (85,0%) считает эту проблему серьезной для молодежи.

При этом в своих оценках наиболее легкомысленными оказались представители группы 22—25-летних (77,5%). Не считают ее серьезной в целом 7,7% наших респондентов (26—29-летних — 12,5%). И затруднились дать определенный ответ 7,3%. Характерно, что среди 22—25-летних в затруднении оказались 14,6% — больше, чем среди 14—17-летних (8,8%) и среди 30—35-летних (2,9%).

В целом показатели осознания наркоопасности среди участников настоящего исследования оказались несколько выше, чем среди наших респондентов 1999—2000 гг. Тогда существование этой проблемы отмечали 80% молодых людей, отрицали 14% и не смогли дать определенного ответа 6% (см. диаграмму 5).

Диаграмма 5

**«Является ли потребление наркотиков  
серьезной проблемой для молодежи?»**  
(в % от числа опрошенных)

Каковы же причины употребления наркотиков молодыми людьми? Более четверти молодых москвичей на первое место выдвигают безделье и незанятость (27,0%), примерно столько же (25,6%) — влия-

**«Почему, на Ваш взгляд, молодые люди начинают  
употреблять наркотики?»**  
(в % от числа опрошенных)

Альтернатива	Возраст, лет				
	14—17	18—21	22—25	26—29	30—35
Под влиянием компании	30,5	28,8	23,2	22,9	24,5
От безделья, отсутствия занятий	22,4	22,5	29,1	27,6	30,9
От незнания всех последствий употребления	8,1	7,2	10,5	9,5	5,6
Чтобы получить удовольствие	9,0	10,6	7,7	10,5	7,3
Чтобы забыть о неприятностях	11,7	12,7	10,9	5,7	6,5
Из любопытства	12,6	10,6	12,3	17,1	18,0
Затрудняюсь ответить	2,2	3,8	4,5	6,7	4,8
Другое	3,5	3,8	1,8	-	2,4
Итого	100	100	100	100	100

ние компании, 14,7% — любопытство, 8,9% респондентов считают, что наркотики употребляют, чтобы забыть о неприятностях, и ровно столько же (8,9%) — от незнания всех последствий от употребления, 4,6% затруднились дать определенный ответ и 2,3% дали другие ответы.

Несомненный интерес представляет разброс ответов по возрастам. Компания оказывает наибольшее воздействие на 14—17-летних, безделье и отсутствие реальных занятий — на группу 30—35-летних. Любопытных оказалось больше в группе 26—35-летних (17,6%). Подробнее об этом см. табл. 8.

Некоторые респонденты пытаются подразделить наркотики на «плохие» и «хорошие», «опасные» и «неопасные», другие делают акцент на том, что можно умело (не злоупотребляя, соблюдая меру) их употреблять и тогда ничего не случится, треть видит в наркотиках возможность уйти от сложной жизни, снять стресс, забыться или получить удовольствие. В целом же с возрастом, с повышением уров-

ня образования, интеллекта возрастает осознание опасности, гибели и бессмысленности употребления наркотиков.

Так, 63,6% в целом считают, что никогда и ни при каких обстоятельствах нельзя употреблять наркотики. Здесь более безответственными оказались 26—29-летние (50,7%). Почти треть (28,2%) молодых людей считает, что иногда или постоянно можно курить «травку». Из них настоящими приверженцами зелья оказались опять же 26-29-летние (37,3%). 5,1% уверены, что можно употреблять любые наркотики, если они тебе доступны. И здесь 26—29-летние оказались наименее сознательными. А 3,1% считают, что иногда можно употреблять наркотики и покрепче. Затруднились дать определенный ответ или дали другие ответы в общей сложности 6,9% опрошенных.

Наши социологические исследования на протяжении ряда лет демонстрируют компенсаторный характер девиантного поведения. В первую очередь это касается употребления наркотиков, которыми пытаются восполнить нехватку общения, внимания со стороны близких, эмоционального тепла, разнообразных впечатлений, а также снимают стрессы, фобии различной этимологии. Молодым людям остро не хватает ярких впечатлений; серость, обыденность бытия, лишенная положительных эмоций и удовольствий, подталкивает многих из них к употреблению наркотических веществ. Большое общество программирует патологию на уровне индивидуального сознания и поведения. Макросреда выступает своеобразным фоном для воздействия факторов микросоциальной среды, которая непосредственно влияет на социальное поведение индивидов. Наркосреду уже можно рассматривать как сложившуюся молодежную субкультуру со всеми ее атрибутами. Исследование ценностных ориентаций молодежи подтверждает гипотезу о связи девиантного поведения, в частности, наркомании, с формированием специфической системы ценностей, выступающей ориентиром как группового поведения, так и каждого молодого человека в отдельности.

Каково же осознание опасности от употребления наркотиков среди молодежи, подростков? Анализируя распределение ответов молодых респондентов, участников нашего опроса 1999 — 2000 гг., на вопрос о том, считают ли они, что, несколько раз попробовав наркотики, уже невозможно от них отказаться, можно сделать заключение о том, что осознают опасность быстрого привыкания лишь немногие, чуть более трети московской молодежи (38 %). Почти столько же (37 %) опрошенных не считают, что, попробовав несколь-

ко раз наркотики, уже невозможно самому от них отказаться; каждый четвертый (25 %) затруднился дать какой-либо ответ по этому вопросу.

Проблема наркотической зависимости на самом деле гораздо серьезней, чем представляет ее себе молодежь. Последствия употребления наркотиков для здоровья ужасны. Особенно в психоэмоциональной сфере.

В условиях нестабильности подрастающие поколения особенно подвержены психическим нагрузкам. Сказываются необходимость постоянной борьбы за свой социальный статус и рабочие места, коммерциализация образования, платное и неэффективное медицинское обслуживание, криминогенная ситуация, постоянные стрессовые ситуации в условиях большого города.

По результатам исследования, депрессии подвержены 40,6% молодых москвичей в целом и 53,5% представителей 30—35-летнего возраста. Отрицают воздействие на них дистрессогенных факторов 31,8 % опрошенных и затруднились дать определенный ответ 19,7% участников нашего исследования. При этом в наибольшем затруднении оказались 26—29-летние москвичи, видимо, уже с трудом выдерживающие психофизические нагрузки.

Не только исследовательский, но и большой практический интерес представляет то, в чем сами молодые жители мегаполиса видят причины депрессий и стрессов.

На первом месте среди названных причин оказались проблемы в личной жизни (26,1%), которые складываются, как известно, под сильным влиянием внешних факторов. У 14—17-летних (28,7%) это прежде всего взаимоотношения со старшими, родителями, у 18—25-летних (27,3%) прибавляются проблемы, связанные с процессом самореализации, наиболее комфортно чувствуют себя 26—29-летние (21,8%). Но в возрасте 30—35 лет число подверженных стрессам и депрессиям вновь увеличивается (26,3%), что связано, видимо, с вступлением в самый активный период жизни, когда одновременно наваливается множество производственных, экономических, семейных и других проблем. Каждый пятый (22,4%) видит причины депрессий и стрессов в одиночестве, непонимании и неприятии их окружающими людьми. Эту позицию более всего отмечают 14—17-летние (23,9%) и 26—29-летние (26,4%). Негативное воздействие на психику, по мнению участников опроса, оказывают напряженный режим работы и учебы, отсутствие полноценного отдыха (21,6%). Особенно этот фактор отражается на 18—21-летних (24,8%) и 22—

25-летних (24,6%). Что и понятно, ведь именно с этим периодом жизни связан переход к активной жизнедеятельности — выход из-под родительской опеки, учеба часто сочетается с работой, поиск своего места в жизни, социальное самоутверждение, поиск спутника в жизни, появление детей и т.п. На однообразии, скуке, нехватку новых впечатлений жалуются 16,7% молодых москвичей — группа, в которую, по-видимому, входят представители самых разных социальных слоев. Причины разные: для одних это отсутствие возможностей, для других — их избыток и как следствие пресыщение, для третьих — особенность характера, инфантильность.

А вот тем 13,2% молодых людей, которые отметили как причину депрессий и стрессов постоянную нехватку денег, материальную зависимость от других людей, можно посочувствовать. Это не плач 14-17-летних подростков, которым родители не дают денег на кино или дискотеку. Таких всего 8,6%. Это люди уже состоявшиеся, 30—35-летние. Их оказалось 20,7%. Каждый пятый молодой, здоровый, трудоспособный, перспективный, способный принести максимальную пользу государству и обществу, обеспечить себя и собственную семью, испытывает стресс и находится в депрессивном состоянии оттого, что государство не способно обеспечить его достойной работой, достойным заработком и достойным социальным статусом.

Одиночество в большом городе — страшное явление. Почему, находясь постоянно в гуще людей, дел и событий, человек остается одиноким, один на один со своими переживаниями и проблемами? Что является причиной этого явления?

В целом на собственное одиночество по той или иной причине указали 24% подростков и молодежи, каждый четвертый. И это самый мобильный, ведущий коллективный образ жизни, досуг, пласт населения московского мегаполиса. В чем же причина их одиночества? 7,5% составляют те, кому трудно найти общий язык со сверстниками. Эти трудности испытывают более всего 14—17-летние (10,2%). Испытывают сложности общения с противоположным полом в целом 7,5%, среди 14 — 21-летних — 10,2% и в возрасте 22—25 лет — 11,7%. Зато в возрастной категории 30—35 лет этот барьер общения почти преодолен и составляет всего 2,6%. На непонимание родителей в целом жалуются 9% и, конечно, в первую очередь 14—17-летние (13,7%). Отметим, что не чувствуют одиночества 66,0%. При этом наиболее комфортно себя ощущают 26—29-летние (75,8%) и 30—35-летние (74,1%).

Как же борются с депрессиями и стрессами городская молодежь, подростки? По их признаниям, благотворное влияние оказывают встречи с друзьями (37,0%), эта форма борьбы с депрессиями и стрессами практически в равной мере признается представителями всех молодежных возрастных групп в диапазоне от 14 до 35 лет. Разброс составляет в среднем менее 5%. На втором месте (17,6%) — различные формы приобщения к культуре, искусству («Хожу на концерты, в клубы, на выставки...») в пределах городской среды и, конечно, выезд на природу (17,2%).

Таковы показатели в целом на Москву, однако возрастной разброс предпочтений показательно велик. Например, стремятся на лоно природы 26% 30—35-летних и лишь 10,6% 14—17-летних москвичей. Зато культурные, творческие, массовые и энергичные виды досуга более предпочитают 14—17-летние (23,7%) и 18—31-летние (25,9%) участники исследования. Среди 30—35-летних таких оказалось всего 9,8%.

Велико число тех, кто со стрессами и депрессиями борется «традиционным российским методом» — употреблением спиртных напитков (14,2%), начиная с 14—17-летних (9,7%) и заканчивая 26—35-летними (17,4%), а также многие прибегают к «помощи» относительно нового и гораздо более опасного зелья — наркотикам. Признались, что могут иногда принять наркотики в целом по массиву 3% опрошенных.

Наиболее подвержены этой пагубной страсти 22—25-летние (4,8%) и 18—21-летние (3,9%). Немного отстают от них 14—17-летние (3,4%) и 26—29-летние (3,2%). Незначительной части 30—35-летних коснулись наркотики — их оказалось всего 0,9%. В целом же признались, что склонны к этим пагубным пристрастиям — наркотикам и алкоголю — 17,2% молодых москвичей. Другие формы борьбы со стрессами и депрессиями назвали 11% участников исследования.

Часто причиной депрессий и стрессовых ситуаций у молодых людей, особенно в подростковом возрасте, бывают сложности, непонимание во взаимоотношениях со сверстниками — друзьями, подругами, представителями или представительницами противоположного пола.

На вопрос о том, возникают ли трудности в общении с противоположным полом у наших респондентов, и если да, то по какой причине, ответы распределились следующим образом: признались в том, что по разным причинам такие трудности имеют место в общей сложности 42,5% участников и участниц исследования. Вполне ес-

тественно, что более всего (50%) эти трудности испытывают 14—17-летние жители московского мегаполиса. На втором месте 22—25-летние и 30—35-летние, на третьем — группа 18—21-летних (41,9%). И, наконец, легче всего находят контакт с представителями противоположного пола 26—29-летние. Здесь те или иные трудности испытывают 36,9%. В числе причин чаще всего были названы разные взгляды на жизнь (22,1%), различия в интересах и увлечениях (12,3 %) и неуверенность в себе (8,1 %). При этом наименее уверенно чувствуют себя 14—17-летние подростки, а наиболее уверенно — 26—29-летние. Более половины (57,5%) отмечают, что не испытывают трудностей в общении с противоположным полом.

Характерно, что общее число тех, кто отметил, что испытывает трудности в общении с противоположным полом (42,5%), коррелируется с количеством тех, кто положительно или индифферентно (а в подсознании — положительно) относится к людям с однополый сексуальной ориентацией (39,8%). Разница составляет всего 2,6%. Застенчивые, неуверенные в себе подростки и молодые люди того и другого пола, оправдывая такую ориентацию в других, тем самым оставляют и себе лазейку для нетрадиционного удовлетворения «основного инстинкта», самовыражения в этой тонкой и чувствительной сфере.

Несомненно, решающую роль в этом играют средства массовой информации, литературы, кино, усиленно пропагандирующие однополые интимные отношения. В результате твердо отрицательно к однополый сексуальной ориентации относится менее половины молодых москвичей (45,5%).

Удручает тот факт, что положительно относятся к нетрадиционной сексуальной ориентации 18,6% подростков в возрасте 14—17 лет, а наиболее положительно 26—29-летние (29,7%) — это те, чье мировоззрение практически в целом складывалось в постсоветское время реформ и активной антидуховной экспансии извне и под разлагающим влиянием доморощенных «новаторов» и «сексуальных революционеров». Даже в возрасте 30—35 лет (в основном это люди уже состоящие в семейных отношениях) отрицательно к однополый сексуальной ориентации относятся лишь 50,2%.

Таковы результаты первичной обработки результатов, полученных в ходе исследования. Впереди углубленный анализ информации, исследование динамики процессов, происходящих в этой сфере, определение возможных направлений развития ситуации и выработка методических и практических рекомендаций.

<sup>1</sup> Социологическое исследование «Шаг в XXI век.» — МИСКП, «Социум», 2005—2006 гг. Руководитель исследования — В.В.Сергеев, исследовательский коллектив: кандидат политических наук Н.А. Бессолицына, М.А. Шибанова, В.Г. Донской, Е.Ю. Ладенкова.

<sup>2</sup> См.: С е р г е е в В.К. Молодежь и город: Лицом к лицу. — М., 2002. — С. 491—492.

<sup>3</sup> АиФ—Москва. — № 10. — 2006.

<sup>4</sup> Москва — котел по переплавке мигрантов.//АиФ—Москва. — № 10. — 2006.

<sup>5</sup> Россия в поисках стратегии: Общество и власть. — М., 2000. — С.113—116.

<sup>6</sup> Б у л г а к о в С.Н. Героизм и подвижничество. — М., 1992. — С.192.

<sup>7</sup> М о л ь А. Социодинамика культуры. — М., 1973.

<sup>8</sup> ЕНМЦ Комитета по культуре города Москвы и ИСПИ РАН. Социологическое исследование «Молодежь Москвы и СМИ». — М., 2001.

<sup>9</sup> Г и л и н с к и й Я.И. Социология девиантного поведения как специальная социологическая теория.// Социс». — 1991. — № 4. — С. 74.

## Российские традиции и современность

*Ладенкова Е.Ю.,  
главный научный сотрудник МИСКП*

Каждый социум, народ, общество, государство, даже с небольшой историей, имеет традиции. Существует много определений этого понятия. В толковом словаре русского языка «традицией» называется «то, что перешло от одного поколения к другому, унаследовано от предыдущих поколений (например, идеи, взгляды, вкусы, образ действий, обычаи)»<sup>1</sup>. Известные социологи В.Н.Иванов и В.К.Сергеев пишут, что традиции — «это повторяемые элементы социокультурной жизни социума, связанные с какими-либо судьбоносными и общественно значимыми событиями в жизни государства, города, общества, ... укладом жизни, а также воплощенные в них идеи, взгляды, обычаи, вкусы, господствующие в сообществах в какой-либо исторический период»<sup>2</sup>. Можно продолжить перечисление определений этого культурного феномена, но суть явления сконцентрирована в уже приведенных выше.

Каждая из традиций обусловлена политическими, экономическими, социальными и другими условиями, обладает формой и содержанием. Многие традиции взаимосвязаны друг с другом. Они складываются исторически и динамичны. «Каждое новое поколение осуществляет выбор традиций, подвергает их изменениям, создает новые, свои».<sup>3</sup>

Любая традиция первоначально была новацией. Одни из новаций воспринялись массовым и индивидуальным сознанием и стали традициями, другие не прижились или существовали недолго; какие-то из них исчезают, но при определенных условиях возрождаются, с другими этого не происходит. Традиции могут носить положительный и отрицательный характер, с изменением исторической ситуации оценка их тоже может меняться.

Содержанием традиции может стать любой функциональный элемент культуры: знания, нормы морали, ценности, приемы в искусстве, творчестве, жизненные принципы, политические идеи и т.д., а формой — их проявление. Она более динамична.

Наиболее привычная классификация традиций условно подразделяет их на духовные и материальные. Традиция может быть устной, письменной, анонимной, авторской, а также «живой», действующей или «умершей», «нарождающейся» или «отживающей» и т.д.

Каждое общество имеет общие традиции, но социальные, профессиональные, образовательные, гендерные и другие группы могут иметь свои традиции.

Слово «традиция» употребляется в одном ряду с «обычаем», «ритуалом», «обрядом» и т.п.

Обычай — традиционно установленные правила общественного поведения.<sup>4</sup>

Обряд — совокупность действий, в которых воплощаются какие-нибудь представления, бытовые традиции.<sup>5</sup>

Ритуал — порядок обрядовых действий.<sup>6</sup>

Как видим, традиция — более широкое понятие, чем «обычай», «ритуал», «обряд», но в конкретном случае они могут быть взаимозаменяемы.

Как правило, среди широких слоев населения более распространено положительное отношение к ним, их положительная оценка. Главный недостаток такого понимания как раз и заключается в таком подходе. В обыденном массовом сознании традиция, в общем, рассматривается как явление самодостаточное.

Этому есть логичное объяснение. Традиционная культура — основа национального духовного богатства. На ней во все века строилось воспитание (патриотическое, нравственное, эстетическое) подрастающих поколений. Однако в традиционной культуре наряду с положительными сторонами могут проявляться и некоторые отрицательные: консерватизм, этническая ограниченность, некоторая неразборчивость в выборе эстетических средств, а также негативное влияние на духовное и физическое здоровье некоторых традиций (например, пьянство). Если взаимодействие (в широком смысле слова) традиций и общества приобретает некоторые антагонистические черты, то «пущенный на самотек процесс» может привести к стагнации в развитии общества или к революционному отрицанию традиций.

В переломные, революционные моменты истории происходит ускоренное и углубленное расслоение общества на группы людей, относящихся к традициям как к «старому», мешающему прогрессу явлению, отражению несправедливости, и на защищающих традиции. Огромную роль в отношении населения к традициям, особенно молодежи, играют агенты социализации, среди которых важнейшими являются семья, образовательные, досуговые учреждения, СМИ.

Традиции выполняют в обществе функции социализации, стабилизации, интеграции, объединения, конструирования, регламентации, целеориентировочную и другие.<sup>7</sup>

Различными науками традиции рассматриваются неодинаково.

В этнографии термин «традиционная» обычно рассматривается как синоним слов «народная», «фольклорная».<sup>8</sup> Большинство фольклористов и этнографов полагают, что традиционная культура должна пониматься прежде всего как особая семиотическая система, возникшая в дописьменную эпоху.<sup>9</sup> Некоторые авторы, например, Е.В. Аничков, В.Я. Пропп, выдвигали на передний план аграрное общество как носителя традиционной культуры.<sup>10</sup> В современной этнологии выделяются некоторые существенные признаки народного творчества: анонимность, метафоричность, связь с ритуальной и обрядовой практикой и пр. Многие исследователи фольклора обращали внимание на устойчивую повторяемость, архетипичность наиболее популярных образов народного искусства прошлого<sup>11</sup> при наличии свободных вариаций.

Недостатком этнографического подхода является то, что он связывает существование традиционной культуры с прошедшими эпохами.

Философы в основном обращают главное внимание на процессуальный аспект традиций. С точки зрения философии, традиция предстает как определенная форма общения людей.<sup>12</sup> Благодаря традициям культурный опыт может передаваться от одного поколения другим, от одного народа к другим. Происходит взаимопроникновение традиций различных культур.

Способ трансляции культурного наследия (как части информации) в значительной степени зависит от степени развития коммуникативных технологий данного общества. Применение нарративного (устного) способа передачи культурного наследия в настоящее время сокращается.

Например, М.Маклуэн выделял три основных этапа в развитии коммуникаций: 1) вербальный, 2) текстовой («галактика Гутенберга») и 3) электронный.

Традицию как способ социально-культурной коммуникации отличают некоторые принципиальные особенности: *селективность* в отношении культурного материала, *устойчивость и повторяемость, действенность* (нацеленность на реальные поступки и практические потребности общественной жизни), *многозначность, авторитарность*.

*Субстанциональный* подход к исследованию традиций требует четко и недвусмысленно указать, какие элементы, образцы, произведения культуры относятся к традиции.

*Функциональный* подход, в рамках которого традиция рассмат-

ривается как способ трансляции культуры, требует объяснить, в чем заключается специфика этого способа трансляции, чем он отличается от других способов социальной коммуникации.

По-видимому, действующая, «живая» традиция — сложный феномен любой культуры: отражающий ее содержание и одновременно способ воспроизводства, хотя такое мнение есть смешение научных подходов.

Исторически сложилось так, что в социологии большинство теоретиков отдавали предпочтение функциональной парадигме. В соответствии с ней «традиция», «традиционная культура» определяются, в общем, как «механизм воспроизводства социальных институтов и норм, при котором поддержание последних обосновывается, узаконивается самим фактом их существования в прошлом»<sup>13</sup>. Традиция «живет», пока в настоящем есть значительный авторитет событий, времени, людей, с которыми она неразрывно связана, когда население в основном идентифицирует себя со своими предками, жизнь которых связана с этой традицией и когда она востребована обществом, созданы условия для ее функционирования.

Научный приоритет разработки понятий «традиция», «традиционное общество» обычно связывают с именем Макса Вебера. М. Вебер разработал методологию «идеальных типов». У него были выдающиеся предшественники, такие как О. Конт, К. Маркс.

Классики социологической мысли прекрасно понимали, что характеризуют различные стороны и черты общества современной им формации. М. Вебер утверждал, что «идеальные типы» — абстрактные теоретические понятия, гипотетические конструкции, которые нужно отличать, с одной стороны, от эмпирических обобщений социальной науки, а с другой — от понятий философии и идеологии.<sup>14</sup> Вебер определял «идеальные типы» то как «господствующий духовный интерес», то как «типы рациональности», присущие определенным историческим эпохам и классам, оставляя вопрос о выборе основания типологий на усмотрение самих исследователей.

То, что у М. Вебера выступало как часть его научной методологии, как способ теоретического мышления, к середине XX века стало обществоведческой аксиомой. Были созданы «теории модернизации» (У. Ростоу, Д. Белла, З. Бжезинского, М. Леви, У. Мура, Д. Медоуза, Р. Арона и др.).

С точки зрения наиболее популярных трактовок теории модернизации, развитие современной экономики, мирового рынка, урбанизации должно приводить к повсеместному вытеснению традиционной культуры на периферию общественной жизни.

Однако общественная практика мирового масштаба показала, что теория и практика модернизации сыграли в истории немалую отрицательную роль. Модернизация «вылилась» в культурный колониализм, усиливший непонимание и отчужденность западного мира от других цивилизаций — носителей иных традиций и типов культур, межнациональную, международную напряженность, военные конфликты.

Известный ученый С. Эйзенштадт делает следующие важные выводы.<sup>15</sup>

1. Прямолинейная имитаторская модернизация ведет к дезорганизации, разрушению и хаосу в обществе, социальным потрясениям, срывам и откату от реформ.

2. В процессе модернизации особую роль играют сложившиеся в обществе духовные ценности, трудовые ориентации, «символические структуры», менталитет.

3. Модернизация сопровождается оживлением прежнего духовного достояния, имеющего огромное значение для обеспечения самостоятельности и самобытности общества.

4. Важное значение имеет характер сформировавшихся общественных институтов и элит, степень их восприимчивости к новому и способность к поддержанию стабильности.

События последнего времени ярко показали, что западное общество является в социально-экономическом и культурном отношении гораздо более неоднородным, чем казалось. Западная цивилизация, в гордыне поучая других, не захотела замечать назревшие проблемы у себя «дома». Но погромы в Париже доказали остроту этих проблем.

Вынужденное переосмысление действительности, а также пример Китая и других стран приводит ученых, политиков к осознанию, казалось бы, простейших истин: базовые традиционные формы социальной жизни, традиции не уходят в прошлое, а сосуществуют вместе с индустриальной, массовой, урбанизированной культурой; они могут дать (и дают) колоссальный стимул в развитии человека и общества.

Проблема, думается, не в противопоставлении традиций и современности, нового и старого, масс- и элитарной культур, народной и авторской, урбанизированной и деревенской, молодежной и старшего поколения, а в наполнении субкультур и форме их выражения, творчества, подачи потребителю культурной продукции. Общеизвестно, что посредственность в искусстве нередко преподносится как великое достижение, а по сути глумление над великими творениями —

как самобытное творчество. Здесь, скорее всего проблема в целях и задачах общества и средствах их осуществления.

Не культура (в самом широком смысле слова) должна «подстраиваться» под требования модернизации, а наоборот, модернизация лишь средство для развития культуры.

Сегодня масс-культура нередко употребляется как символ какого-то негатива в культуре. Но «масс-культура» — производная от «культуры для масс», широких слоев населения. Она только средство для достижения цели и может нести в широкие слои общества как негатив, так и лучшие культурные ценности. Общеизвестны пользующиеся многолетней популярностью песни военных лет, хиты 70-х годов. Массовая культура представляет собой не субстрат, а форму.

Современная масс-культура широко использует стилистику, отдельные жанры народного искусства, вестернизируя их. Народное творчество в современном исполнении также зачастую вестернизируется.

При этом предъявляется ряд требований к отбору культурной продукции: внешняя привлекательность, понятность, доступность, легкость воспроизведения, серийность и шаблонность, символичность, вариативность, высокие суггестивные возможности, пригодность для тиражирования и передачи по коммуникативным каналам.<sup>16</sup> Оценка влияния предлагаемого произведения на духовное и физическое здоровье зрителей, слушателей как одно из требований в списке не указана.<sup>17</sup>

В документах ЮНЕСКО отображается весьма пестрая картина развития фольклорного искусства в разных регионах мира. Бельгийский исследователь Ж. Жюри пишет: «В наши дни не может не настораживать тот факт, что подлинное народное творчество с нарастающей быстротой исчезает, уступая место коммерческому псевдофольклору, предназначенному исключительно для развлечения туристов»<sup>18</sup>. Ему возражает коллега из Индии: «Нельзя сказать, что праздники являются собой пример противоречия между традиционным и новым, наоборот, они есть результат их взаимодействия».<sup>19</sup>

Российские ученые выявили следующие формы существования фольклорного искусства в современном урбанизированном обществе. Это, во-первых, аутентичный — в российских условиях крестьянский — фольклор, сохранившийся местами в лучших классических образцах. Во-вторых, бытовое творчество в фольклорных, преимущественно молодежных, группах, создаваемых в городской среде. В-третьих, фольклорное исполнительское искусство на профессиональной сцене. В-четвертых, оригинальное авторское творчество,

косвенно ориентированное на элементы этнической и национальной культуры. К этому можно было бы добавить, что в профессиональном искусстве фольклорные мотивы часто используются в жанре стилизации «под народность»<sup>20</sup>.

В последние годы некоторые исследователи как у нас в стране, так и за рубежом, все настойчивее говорят и пишут о возникновении принципиально нового типа культуры, являющего собой по существу некий синтез массовой культуры и традиционной. Одни авторы называют это новое явление «промежуточной», другие — «третьей» культурой.<sup>21</sup> Думается, что более объективным определением является «популярная культура». Она может представлять разные стили и жанры. Для России ее особенностью является большая самобытность и меньшая — вестернизация. Почему, например, сегодня популярны среди разных социальных слоев, возрастных групп населения музыкальные хиты прошлых лет? Исследования МИСКП (ЕНМЦ) показывают, что многие москвичи (52,5% опрошенных) считают их задушевней, добрее, человечней, чем современные, они берут за душу и сердце, они мелодичней и их может напевать каждый. В современных популярных эстраде и роке респонденты больше отметили негативные черты и влияние на слушателей, но среди положительных, преобладают такие, как любовь, доверие к ближним, чистота чувств, искренность и преданность родине.<sup>22</sup> (Анализ ответов показывает, что респонденты в старых песнях отмечают самобытность традиций музыкальной, песенной культуры, а в современных — приближенность к ним.)

Поставленные вопросы о состоянии и развитии культуры актуализируют вопросы критериев оценки того, «что такое хорошо и что такое плохо». Нужна ли цензура, если не всем творческим работникам и распространителям культурной продукции хватает чувства меры, ответственности за то, как «слово отзовется»? Как осуществлять экспертизу произведений, выпускаемых большими тиражами? Кто будет сегодня отвечать за качество культурной продукции? Думается, ответы на поставленные вопросы можно найти, изучая отечественный и зарубежный опыт, проводя опросы общественного мнения.

Например, для повышения низкого уровня молодежных средств массовой информации почти 20% молодых респондентов исследования «Молодежная культура и СМИ»<sup>23</sup> (3-е место в рейтинге) считают необходимым ввести цензуру... Чтобы избежать засилия пошлости, насилия, жестокости, безнравственности на театральной сцене, 3% экспертов считают нужным создать художественно-экспертный

совет по морально-нравственным аспектам художественных произведений, спектаклей.

В общем, не секрет, что антагонизм между традиционной и массовой культурой существует и искусственно нагнетается. Но ясно и то, что традиционная и массовая культура взаимодействуют. Популярный среди молодежи (и не только среди этой социально-возрастной группы) стиль «фольк-рок» — яркий этому пример. Вместе с тем есть пределы современной интерпретации традиционной культуры, за которыми традиция исчезает и по сути, и по форме. Не допустить этого — одна из задач деятелей культуры, науки, искусства, политиков, всех, кому дорога отечественная культура.

Но традиции — это не только искусство. Традиционными являются, как уже отмечалось, качества характера, духовные, нравственные ценности, жизненные принципы народов, социальных групп, малых социумов, индивидуумов.

Почему одни государства, социумы, несмотря на различные испытания, преодолевают трудности и становятся сильнее, а другие — нет? Для России этот вопрос является наиактуальнейшим в настоящее время: потеря статуса великой державы, развал экономики, демографический кризис, межэтнические конфликты создают угрозу распада России по образцу развала СССР. Известный итальянский журналист, много лет проживший в России, Д. Кьеза так характеризует современную российскую ситуацию: «Прощай, Россия!.. Прощай, потому, что уже не видно, за что зацепиться, чтобы устоять ...»<sup>24</sup>.

Россия за свою многовековую историю не раз переживала такие периоды. Примером может служить время «великой смуты» — польская интервенция 1609—1616 годов, Великая Октябрьская социалистическая революция 1917 года, начало Великой Отечественной войны... Спасала Россию сила традиций духовной культуры. Не один предмет материальной культуры создан и целенаправленно использован «без сочетаний действий «исполняющей руки» и «мыслящей головы»<sup>25</sup>.

«Вначале было слово». Традиции духовной культуры (в широком смысле) включают в себя духовную деятельность и ее результаты, объединяют познание, нравственность, воспитание, просвещение, право, философию, этику, эстетику, науку, искусство, литературу, мифологию, религию...

Россия формировалась, развивалась как государство, а народ как нация — под влиянием православия, в условиях жесточайшей борьбы за свое существование. Резко континентальный климат, реалии

российской истории, в которой на 3 года мирного развития приходилось 2 года оборонительной войны, татаро-монгольское иго, общинная система, идеология православия, советская система — все это во многом способствовало формированию таких традиций российского народа, российской нации, как основанный на самопожертвовании патриотизм, преобладание интересов государства, общества над личными (коллективистских начал над индивидуальными) и духовных ценностей над материальными.

(В настоящее время в обществе нет однозначного отношения к этим традициям. Нередко можно услышать, что некоторые из них недемократичны, ограничивают свободу личности. Думается, что во многом проблема не в этом, а в актуальности традиций и здравом смысле, чувстве меры в их реализации.)

Каково состояние, судьба этих традиций в настоящий переломный для России исторический период? Косвенными, но яркими показателями распространенности, преемственности этих традиций среди молодежи столицы являются оценка респондентами себя как патриота, мнение о долге перед Родиной и представление о жизненном успехе.

Исследования МИСКП среди московской молодежи показывают, что только 52% респондентов считают себя патриотами, свой долг перед Родиной большинство — 30% — опрошенных видят в том, чтобы «построить дом, посадить дерево и вырастить ребенка» и «быть законопослушным гражданином и налогоплательщиком», а 7% уверены, что никому ничего не должны. Понятие «жизненный успех» у опрошенных молодых жителей столицы в основном складывается из хорошей семьи и детей (22%), материального благополучия (21%), а также профессионального роста и карьеры (12%).<sup>26</sup>

Анализ полученных данных показывает, что в молодежной среде мегаполиса традиции преобладания интересов государства, общества над личными (коллективистских начал над индивидуальными), духовных ценностей над материальными «угасают», а патриотизм и представления об успехе вестернизируются, формируются по западному образцу. Общеизвестно, что потеря базовых культурных традиций чревата самыми негативными последствиями.

Но в то же время не стоит излишне драматизировать проблемы. Твердо уверены, что не патриоты — только 17% опрошенных молодых жителей Москвы. Каждый десятый видит свой долг перед Родиной в том, чтобы «отдать на ее благо свои силы, талант, все, что есть, даже жизнь». Для 10% респондентов жизненный успех — в духовном

совершенствовании, творчестве, а в желании стать богатым — только 2%. Своей деятельностью приносить пользу обществу считают для себя необходимым 5%, жить по-совести — 3%.<sup>27</sup>

Представленная ситуация еще раз показывает огромное значение культурной политики государства в формировании его настоящего и будущего, роль работников культуры, науки, искусства, политиков, СМИ, образования в обществе.

Перед лицом агрессии чужих культур и образцов, которой подверглась и продолжает подвергаться наша Родина, выживаемость, жизнестойкость ее культуры могут обеспечить «единство самобытного и заимствованного с полной и естественной ассимиляцией чужого в свое, единство традиционного и архисовременного». Иными словами, устойчивость и при этом гибкость традиций — необходимое условие сохранения целостности, развития социумов и государства.

<sup>1</sup> О ж е г о в С.И., Ш в е д о в а Н.Ю. Толковый словарь русского языка. — М., 2001. — С. 807.

<sup>2</sup> И в а н о в В.Н., С е р г е е в В.К. Москва. Культура — это мы. — М., 2003. — С.526.

<sup>3</sup> Там же.

<sup>4</sup> Толковый словарь русского языка.

<sup>5</sup> Там же.

<sup>6</sup> Там же.

<sup>7</sup> П л а х о в В.Д. Традиции и общество: Опыт филос.-социол. исслед. — М.: Мысль, 1982. — С. 104.

<sup>8</sup> См.: Б а р т Р. Миф сегодня. // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. — М.: Изд. группа «Прогресс-Универс», 1994.

<sup>9</sup> См.: Т о п о р о в В.Н. Модель мира. // Мифы народов мира. Т. 2. — М., 1982.

<sup>10</sup> См.: П р о п п В.Я. Русские аграрные праздники. — Л., 1963.

<sup>11</sup> См.: Ю н г К. Архетип и символ. — М., 1991.

<sup>12</sup> См., например: Традиция. // Философский энциклопедический словарь. — М.: Сов. энциклопедия, 1983; С у х а н о в И.В. Обычаи, традиции, преемственность поколений. — М.: Изд-во полит. лит-ры, 1976; М а р к а - р я н Э.С. Узловые проблемы теории культурной традиции. // Советская этнография. — 1982. — № 2.

<sup>13</sup> Традиция. // Философский энциклопедический словарь. — С. 253.

<sup>14</sup> См.: Г а й д е н к о П.П., Д а в ы д о в Ю.Н. История и рациональность: Социология М. Вебера и веберовский ренессанс. — М.: Политиздат, 1991; И о н и н Л.Г. Понимающая социология: Исторический и критический анализ. — М.: Наука, 1979.

<sup>15</sup> Цит. по: Е р а с о в Б.С. Социальная культурология. // Пособие для студентов высших учебных заведений 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 1996. — С. 458.

<sup>16</sup> Лекции [http://sociologist.nm.ru/study/culture\\_lec.htm](http://sociologist.nm.ru/study/culture_lec.htm).

<sup>17</sup> Эксперты соц.исследования «О деятельности театров, театральном искусстве: состояние и тенденции развития», проведенного МИСКП осенью 2004 г., считают, что духовное, культурное значение пьесы для общества, зрителя почти не влияет на формирование репертуара или выбор пьес для постановки.

<sup>18</sup> Ж и о р и Ж. Традиционные праздники и карнавалы в Бельгии. // Культуры: Диалог народов мира. Традиционные праздники, карнавалы и фестивали. — Париж, ЮНЕСКО. — 1984. — № 2. — С. 82.

<sup>19</sup> Д е в а И. Празднества и семейные торжества в северной Индии. // Там же, с. 112.

<sup>20</sup> Народная культура в современных условиях. / Отв. ред. Н.Г. Михайлова. Учеб. пособие. —/ М.: Мин-во культуры РФ. Российский ин-т культурологии, 2000. — С. 102—104.

<sup>21</sup> Там же, с. 170.

<sup>22</sup> Л а д е н к о в а Е.Ю., С е р г е е в В.В. Человек и музыка: Влияние музыкальных жанров на формирование личности. — М., 2003.

<sup>23</sup> И в а н о в В.Н., С е р г е е в В.К., Х у д я к о в С.И. Москва и москвичи: Актуальные проблемы социально-культурной сферы. — М., 2003. — С. 219.

<sup>24</sup> К ь е з а Д. Прощай, Россия. — М., 1997.

<sup>25</sup> Социологическая энциклопедия. — М.: Мысль, 2003. — С. 529.

<sup>26</sup> И в а н о в В.Н., С е р г е е в В.К. Москва: Культура — это мы. — М., 2003. — Приложения.

<sup>27</sup> Там же.

## 12 «ЗОЛ» ТЕЛЕВИДЕНИЯ

*ШАРИКОВ А.В.,  
профессор ГУ ВШЭ, сопредседатель  
Общественного совета социологов  
телевидения и радио*

Отношения между обществом и телевидением в России, на первый взгляд, могут показаться безоблачными. Но это только на первый взгляд. И впечатление благодушия вызвано тем, что вроде бы нет каких-то видимых проявлений недовольства населения. Но если внимательно изучить ситуацию, то оказывается, что у телезрителей фактически очень мало возможностей выразить свое мнение и повлиять на телевидение, даже если оно вызывает массу недовольства. Как может зритель реагировать на то, что ему не нравится в деятельности телевидения? Например, какая-нибудь домохозяйка Иванова, сидящая дома с ребенком, возмущена сценами с непристойной эротикой на каком-нибудь канале. Она может написать письмо руководству телеканала. Но с вероятностью 99% она не получит никакого ответа. Почему? Потому что телевидение «защищено от неприятностей» юридически. Так, в статье 42 федерального закона о СМИ указано:

*«Редакция не обязана отвечать на письма граждан и пересылать эти письма тем органам, организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение».*

Поэтому неэтичный телеканал, получив письмо от домохозяйки Ивановой, скорее всего выбросит его в мусорный контейнер, даже не распечатывая. Имеет право. Письмо останется **без ответа**. И это означает, что **закон о СМИ дает право телевидению на безответственность**.

Настойчивая домохозяйка попытается обратиться в газету, чтобы описать свое возмущение телевидением. И с вероятностью 99% получит такую же реакцию. Если только газета по каким-то причинам не заинтересована в том, чтобы покритиковать телеканал.

Предположим, наша домохозяйка настойчива и попытается обратиться в суд по месту жительства. Суд ей откажет, поскольку законодательство о СМИ не предусматривает прямых жалоб со стороны зрителей на канал. Ответ будет такой: не нравится — не смотрите. Юристы, конечно, могут дать запрос в органы местной исполнитель-

ной власти, отвечающие за соблюдение закона о СМИ. Но и эта процедура обречена на «спускание на тормозах», поскольку доказать факт нарушения не так-то просто.

И вот наша отчаявшаяся домохозяйка Иванова обращается в более высокие инстанции, написав письмо. Скорее, по-видимому, и это письмо будет переадресовано руководителю канала, к которому г-жа Иванова уже обращалась. Последует какое-нибудь невнятное объяснение либо отрицание факта показа. И вероятнее всего, на этом все и закончится. Домохозяйка Иванова поймет: искать управу на неэтичный телеканал бесполезно.

**Вывод: в современной России нет адекватных каналов коммуникации, которые позволили бы недовольным телезрителям воздействовать на телевидение. Оно фактически оказывается вне критики, вне адекватной обратной связи с обществом.** Более того, нет адекватного канала выражения мнения зрителей, критики телевидения. И это большая беда как для общества, так и для самого телевидения, обреченного на самодовольное, «тусовочное» существование.

Телевизионщики ориентируются на рейтинговые замеры, считая их исчерпывающей формой обратной связи. Но что такое телевизионный рейтинг в современной ситуации? Слово «рейтинг» в телевизионном мире обозначает совсем не то, что, например, в политике. В политике рейтинг — показатель отношения. На телевидении рейтинг отражает факт присутствия человека вблизи телеэкрана, но не мнение зрителей. Вот как официально определяется телезритель в нынешней системе измерения аудитории: *«Телезрителем считается человек, находящийся дома в комнате с включенным телевизором»*. Что это означает? Телевизор может работать фоном, даже с выключенным звуком, но человека, находящегося в комнате с включенным телевизором, сосчитают, и это даст прибавку к цифре рейтинга. Вспомним также вечную проблему совместного телесмотрения: семья выбирает компромиссное зрелище, которое, может быть, и не очень нравится одним домочадцам, но привлекает других. В рейтинг же включают всех, кто находится в комнате с включенным телевизором.

Само измерение сейчас осуществляется автоматизированным способом. В двух словах, это происходит так. Сначала отбираются семьи, в которых компания-измеритель (в момент написания материала в России это TNS Gallup Media) собирается установить приборы. Технически система измерения включает в себя две компоненты

— регистрацию эфира (специальное устройство определяет, включен телевизор или нет, и если включен, то на каком канале) и регистрацию зрителей. Последняя производится с помощью специального пульта, на котором имеются кнопки для каждого члена семьи и для гостей. Члены семьи, включенной в систему измерения, обязуются нажимать кнопку всякий раз, когда начинают смотреть телевизор и когда заканчивают телесмотрение.

Рейтинг в такой системе — это среднее процентное число зрителей данного канала, зафиксированное на заданном отрезке времени. **В телевизионном рейтинге так, как он понимается и определяется сейчас в России, нет места общественному мнению.** Телевизионный рейтинг никак не отражает ни качества программ, ни отношения зрителей к нему. Зритель может смотреть передачу и люто ненавидеть ее, а любимую передачу может не посмотреть, поскольку она идет в не очень удобное для него время либо неотложные дела уводят его от телевизора. Среди телепрограмм-победителей престижной премии «ТЭФИ» большинство не имеют высоких рейтингов. В то же время самый большой телевизионный рейтинг в течение года имеет бой кремлевских курантов в новогоднюю ночь. Это лишний раз доказывает, что ни к содержанию, ни к качеству программы телевизионный рейтинг не имеет отношения. Он удобен для рекламистов — по нему легче вести охоту за аудиторией и размещать рекламу в местах наибольшего ее скопления. Поэтому рейтинговые сводки создают иллюзию существования сильной обратной связи, но это очень специфическая ее форма, не отражающая всей палитры отношений общества и телевидения.

Для того чтобы выявить степень напряжения между обществом и телевидением, неформальная группа «Медиалаборатория», в которую входит и автор, решила провести комплексное социологическое исследование. Был составлен список из 12 наиболее часто упоминаемых претензий к телевидению. Это:

1. Некорректная и/или избыточная («назойливая») политическая пропаганда;
2. Некорректная и/или избыточная («назойливая») реклама;
3. Агрессия, физическое и/или моральное насилие на экране;
4. Эротические элементы, противоречащие моральным нормам;
5. Систематическое искажение реальности;
6. Избыток негативно окрашенной социальной информации, неоправданно большое число сообщений о катастрофах, убийствах, жертвах и т.п.;

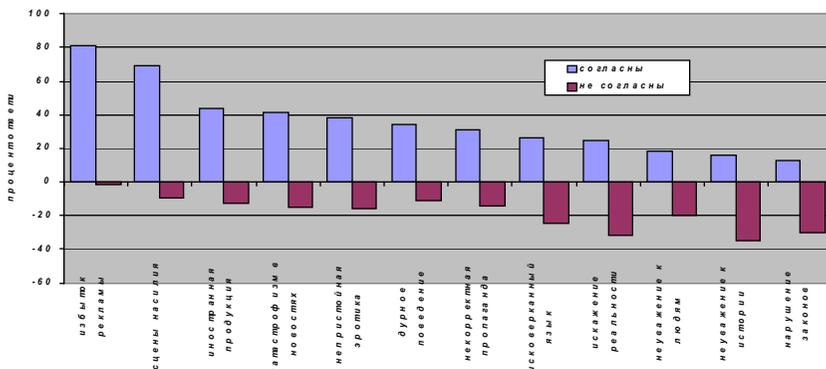
7. Трансляция образцов дурного поведения;
8. Некорректный, исковерканный язык;
9. Чрезмерное количество зарубежной продукции;
10. Высказываемое неуважение к конкретным людям и организациям;
11. Высказываемое неуважение к национальным символам, национальной истории и культуре;
12. Некорректные правовые или антиправовые действия самих телеканалов.

Этот набор хорошо известен не только в России, но и во всем мире и западноевропейские социологи еще в 1970-е годы окрестили его списком «зол» телевидения.

К представленному набору позиций выразили свое отношение, с одной стороны, обычные зрители, а с другой — эксперты. Исследование сочетало в себе два метода — массовый опрос<sup>1</sup> и процедуру экспертной оценки. Последняя проводилась среди двух групп экспертов — во-первых, двенадцати руководителей двенадцати крупнейших московских телевизионных каналов уровня заместителей первых лиц (по одному с каждого канала) и, во-вторых, двенадцати общественных экспертов, представлявших различные сферы деятельности: политику, экономику, науку, религию и др. Такой выбор позволил понять, в чем различаются позиции руководителей телевидения, широко известных авторитетных граждан и населения в целом.

Обычных зрителей просили выразить согласие либо несогласие с позициями, представленными выше. Экспертам предлагалось оценить выраженность тех же позиций по шкале от -5 (данная позиция на телевидении отсутствует) до +5 (данная позиция проявляется в максимально возможной степени).

Полученные результаты представлены на рис. 1—2. На первом из них демонстрируется отношение населения к присутствию тех или иных «зол» телевидения в терминах «согласен/не согласен». Наиболее раздражающим элементом среди представленных позиций оказалась реклама. 81,2% опрошенных считают, что ее слишком много на телеэкране, в то время как несогласие с таким суждением выражают 1,6% респондентов, причем последние являются представителями преимущественно высокодоходной части населения.



**Рис. 1. Присутствие на телевизионном экране «зол ТВ»: согласие/несогласие респондентов массового опроса.**

Второй абсолютный раздражитель — сцены насилия, захлестнувшие телеэкран. Респондентов, разделяющих такую точку зрения, 69,9% против 9,2%, которые с этим не согласны. Среди последних преобладают молодые люди, большей частью мужчины. Таким образом, в глазах подавляющего большинства зрителей российское телевидение — истинный концентрат агрессивности.

Третье место по степени раздражимости принадлежит позиции «Избыток иностранной продукции». Такого мнения придерживаются 43,7% опрошенных. С этим не соглашаются 12,3% респондентов, чаще молодежь и лица с высоким доходом. Таким образом, россияне хотят видеть на телеэкране отечественную продукцию в существенно большем объеме, чем она присутствует сейчас.

Сильным раздражителем выглядит также избыточный катастрофизм в новостных выпусках — так считают 41,1% респондентов, в то время как противоположную точку зрения выражают 15,3%. Чуть меньшее число зрителей раздражает непристойная эротика. Согласны с ее избыточностью на телеэкране 38,4% респондентов. Им опонируют 15,6% опрошенных.

Около трети участников опроса согласны с тем, что телевидение задает образцы дурного поведения (34,5%) и грешит некорректной политической пропагандой (31,4%). Респондентов, не соглашающихся с этими суждениями, насчитывается соответственно 11,1 и 13,9%.

Чуть более четверти опрошенных (26,3%) отмечают еще один сильный раздражитель — исковерканный русский язык, звучащий с телеэкрана. Не согласных с этим суждением 24,2%.

По четырем позициям участники массового опроса чаще высказывали несогласие, чем согласие с приведенными суждениями. Это целенаправленное искажение реальности на телевидении (согласны 24,7%; не согласны 31,3%), демонстрация неуважения к людям и организациям (соответственно 18,7 и 19,8%), неуважительное отношение к истории и культуре России (16,2% против 34,9%) и нарушение законов самим телевидением (13,0% против 30,1%). Тем не менее мнением и такого числа согласившихся респондентов пренебрегать нельзя оно достаточно велико, если учесть, что за каждым процентом стоит более миллиона россиян.

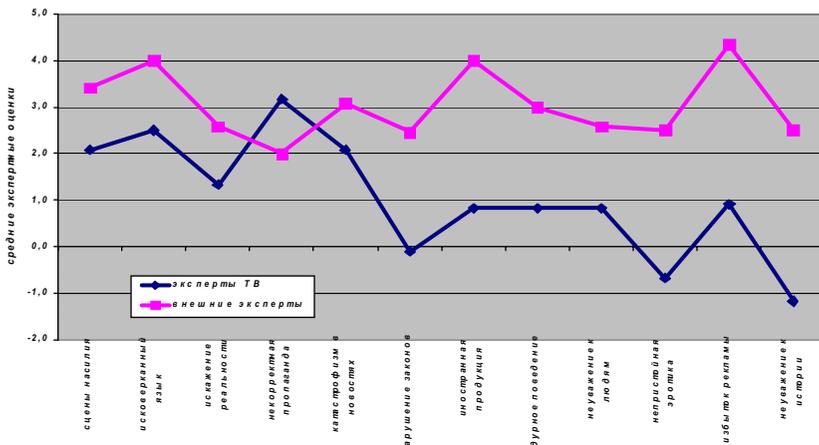
Как на этом фоне выглядят экспертные оценки топ-менеджеров телевидения и авторитетных деятелей, работающих в других сферах? Результаты экспертного опроса представлены на рис.2. Первое, что бросается в глаза, — резкое несоответствие оценок телевизионщиков и экспертов, внешних по отношению к телевидению. Можно даже сказать, несоответствие драматическое. Практически все оценки телевизионщиков существенно ниже. Исключение лишь одно: оценка выраженности некорректной политической пропаганды на телеэкране. Телевизионщики именно это «зло» телевидения считают наиболее опасным, в то время как внешние эксперты ставят его на самое последнее место.

Внешние эксперты абсолютно солидарны с респондентами массового опроса в том, что наиболее сильным раздражителем общества является реклама: выраженность этого «зла» ТВ оценивается в 4,33 балла, что приближается к максимально возможному значению. В группе телевизионщиков средняя оценка составила всего лишь 0,92 — такое значение выражает «вялое», неохотное согласие с этим фактом, отражающее полное нежелание принять рекламу за главный раздражитель для общества.

Второе и третье места по степени раздражимости для внешних экспертов делят такие негативные явления, как исковерканный русский язык и избыток на телеэкране иностранной продукции (обе по 4,00 балла). Как разнится отношение телевизионных топ-менеджеров по этим двум позициям — средний балл составил соответственно 2,50 и 0,83 балла.

Далее внешние эксперты отмечают сцены насилия (3,42), кастрофизм в телевизионных новостях (3,08), образцы дурного по-

ведения (3,00). Телевизионщики присутствие на экране всех этих позиций оценивают существенно ниже, выставляя им в среднем соответственно 2,08; 2,08 и 0,83 балла.



*Рис. 2. Выраженность «зол ТВ» в России: оценки экспертов*

По трем позициям телевизионные эксперты выставляют отрицательные значения. Это нарушение законов самим телевидением (-0,09 против 2,45 у внешних экспертов), непристойная эротика (-0,67 против 2,50) и неуважение к истории и культуре России (-1,17 против 2,50). Отрицательные значения в данном контексте означают фактическое отрицание этих «зол» ТВ в сознании телевизионных топ-менеджеров, нежелание признать их.

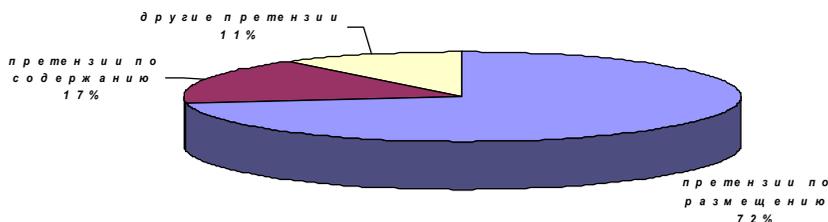
Отметим также, по каким позициям наблюдается наибольшая разность в оценках телевизионных и внешних экспертов. Это только что отмеченное неуважение телевидения к истории и культуре России (разность равна 3,67), избыток рекламы (3,41), слишком большое количество иностранной продукции (3,17) и непристойная эротика (3,17).

Специальные математические процедуры приводят к следующему заключению: последовательность позиций в оценках внешних экспертов существенно ближе к результатам массового опроса, чем

в оценках топ-менеджеров телевидения. Таким образом, налицо противостояние телевидения и общества.

Как в массовом, так и в экспертном опросах были заданы открытые вопросы, предполагающие ответы в форме свободных неформализованных высказываний. В частности, респондентов просили высказать, какие еще претензии предъявляются к телевидению в России. Рассмотрим кратко, какие суждения высказывали участники опроса по выделенным позициям.

**Реклама.** Претензии к телевизионной рекламе можно разбить на две большие группы: претензии по содержанию рекламных сообщений и претензии по размещению рекламы. Кроме них, в опросах такого типа принято выделять позицию «Другое», куда попадают те высказывания, которые невозможно отнести ни к одной из выделенных групп ответов. Процентное распределение между типами претензий в высказываниях респондентов приведено на рис.3.



*Рис. 3. Распределение между типами претензий к рекламе в открытых высказываниях респондентов массового опроса.*

Из рис. 3 видно, что почти три четверти претензий к рекламе связаны не с содержанием, а с проблемами размещения рекламы. Вот несколько суждений:

- *рекламы слишком много — это насилие;*
- *слишком много рекламы — невозможно смотреть фильмы;*
- *бесит некорректная реклама и большие ее объемы;*
- *раздражение вызывает то, что рекламой прерывается фильм, самый интересный момент фильма;*
- *реклама очень часто и на длительное время прерывает фильм, реклама длиннее кусочка фильма;*
- *рекламы очень много, и она часто повторяется;*

- *рекламой нельзя прерывать передачи и художественные фильмы;*
  - *слишком много рекламы на ТВ, из-за рекламы не смотрю передачи;*
  - *фильмы смотреть невозможно — больше рекламы, чем фильм смотришь;*
  - *добивает бегущая строка во время показа фильма.*
- Среди высказываний немало предложений:
- *кого интересует реклама, нужно создать определенный рекламный канал и программное время;*
  - *пусть будет один канал только для рекламы;*
  - *надо показывать рекламу только в начале и в конце передачи;*
  - *снизить до минимума рекламу;*
  - *надо, чтобы реклама не была по времени больше фильмов;*
  - *надо, чтобы рекламу показывали только между передачами.*

В то же время нельзя не обратить внимания, что через высказывания просматривается неявное признание того факта, что реклама имеет право на существование на телевидении. Зрители не отрицают рекламу как таковую, но настоятельно требуют более жесткой ее регламентации, учета их интересов, уважения их мнения.

В связи с этим вспоминаются результаты одного исследования, проведенного еще в 1990-е годы силами отдела социологических исследований Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ВГТРК), где выявлялось отношение к телевизионной рекламе. При составлении опросника учитывалось, что зритель, мягко выражаясь, не очень жалуется на рекламу, но признает право каналов на ее размещение. Поэтому вопросы были построены так, чтобы выявить те пределы, в которых зритель считает рекламу на телевидении допустимой. Оказалось, что при такой постановке вопроса людей, настойчиво требующих полного изгнания рекламы с экрана, немного — около 4%. Доминирующее мнение было таким: реклама должна размещаться преимущественно в межпрограммных блоках и очень избирательно внутри некоторых видов телепередач. Большинство респондентов не возражали против того, чтобы рекламные блоки были размещены в новостных программах, в так называемых «естественных паузах» во время спортивных трансляций, в паузах внутри игровых и ток-шоу (вспомним знаменитое: «А теперь рекламная пауза!»). При этом респонденты были категорически против размещения рекламы в детских, образовательных, научно-популярных, культурно-просветительских программах и особенно в художественных фильмах.

Вспомним еще один факт, ставящий Россию в двусмысленное положение на международном уровне. Являясь членом Совета Европы, Российская Федерация так и не подписала Европейской конвенции о трансграничном вещании. В статье 14 данной конвенции, озаглавленной «Размещение рекламы и телеторговли», говорится:

«Трансляция аудиовизуальных произведений, таких как художественные кинофильмы и телефильмы (за исключением серий, сериалов, легких развлекательных программ и документальных фильмов), при условии их продолжительности свыше сорока пяти минут, может прерываться один раз после каждого периода в сорок пять минут. Допускается дальнейшее прерывание, если их продолжительность превышает не менее чем на 20 минут два или более полных сорокапятиминутных периода».

Получается так: рекламистское лобби в России фактически блокирует введение в силу общеевропейской нормы закона о размещении рекламы внутри художественных фильмов и телефильмов.

Обратимся теперь к претензиям респондентов по содержательной стороне рекламы на телевидении, высказанных в описываемом массовом опросе. Здесь основные суждения сводятся к трем группам: неприятие рекламы некоторых видов товаров; высказывания, обращающие внимание на несоответствие рекламируемого образа жизни и реальной жизни подавляющего большинства россиян; жалобы на превышение уровня звука в рекламе относительно уровня звука в передачах. Неприемлемой россияне считают рекламу женских прокладок, пива<sup>2</sup>, а также квартир и других очень дорогих товаров и услуг, недоступных подавляющему большинству населения. Вот несколько типичных высказываний:

- *реклама раздражает своей глупостью и несоответствием действительности;*
- *рекламы про прокладки — они позорят женщин;*
- *«пивную» рекламу необходимо запретить;*
- *реклама по продаже квартир — для кого?*
- *большая разница в громкости рекламы и других передач.*

Среди заслуживающих внимание высказываний, которые отнесены к категории «Другое», приведу одно: «Я не намерен платить за использование электроэнергии для просмотра рекламы на телевидении» — так написал зритель, раздраженный рекламой.

**Насилие на телеэкране.** Свободные высказывания респондентов по данной проблеме сводятся, обобщенно, к следующим тезисам:

1. На телеэкране очень много жестокости, агрессии, насилия, бойни, убийств;
2. Чаще всего насилие связывается с фильмами иностранного, особенно американского, производства;
3. В последние 3-4 года на телеэкране появилось очень много, даже слишком много новостных сюжетов, документальных фильмов и общественно-политических программ криминального содержания, где демонстрируется насилие;
4. В последние 2-3 года телеэкран заполнили российские кинофильмы и сериалы, где жестокости становится не меньше, чем в американских боевиках;
5. Все это ухудшает и без того депрессивное настроение россиян, создает дополнительный стресс и задает опасные образцы поведения для подрастающего поколения.

Остановимся подробнее на последнем аспекте данной проблемы — влиянии сцен насилия на подрастающее поколение. В западных странах, особенно в США, на протяжении нескольких десятилетий проводились многочисленные исследования влияния сцен насилия на экране кино и телевидения на поведение детей и подростков. Возникли две полярные теоретические концепции о результатах воздействия экранной агрессии на юных зрителей. Согласно одной из них, называемой «теорией научения», через демонстрацию агрессивного поведения происходит научение ребенка образцам поведения, задаваемым экраном. В реальной жизни в определенных ситуациях он может воспроизвести элементы агрессивного поведения. Согласно другой концепции, получившей название «теории катарсиса», переживание зрителем трагедии на экране является чем-то вроде прививки против реального насилия и имеет, скорее, позитивный эффект. Однако дальнейшие исследования все же склоняют ученых к тому, что при возможных небольших позитивных результатах негативное влияние в целом гораздо сильнее. В середине 1980-х годов группа американских психологов под руководством П.Хьюсмана опубликовала результаты многолетнего исследования, цель которого — найти ответ на вопрос: существует ли связь между преступностью во взрослой жизни человека с просмотрами в детстве агрессивных телепередач и кинофильмов? Оказалось, что связь достаточно сильна. Более тяжкие преступления совершали те, кто в детском возрасте при прочих равных условиях смотрел больше фильмов со сценами насилия. Телеэкран, конечно же, не первопричина совершения преступле-

ния, но его сильнейший катализатор. Отрицательная энергия впитываемых через экран моделей агрессивного поведения накапливается внутри человека и, дойдя до определенной градации, выплескивается наружу. Постоянно видя по ТВ перестрелки, трупы, мордобой, слыша ругань, любой человек, и особенно ребенок, постепенно начинает воспринимать происходящее на экране как социальную норму. В психике незаметно происходит опасный сдвиг, усиливается неосознаваемая предрасположенность к агрессии, рождаются агрессивные побуждения. Причем эта закономерность характерна не только для низкодоходного, низкостатусного и низкообразованного населения, но проявляется во всех социальных слоях.

Отечественная наука сравнительно недавно стала осознавать важность данной проблемы. В советский период влияние экранной агрессии рассматривалось лишь как проблема буржуазной масс-культуры. Идеологически окрашенное советское кино и ТВ занимали позицию, близкую «теории катарсиса»: дозированная экранная агрессия вызывает сопереживание и нравственное очищение у зрителя, если в ленте четко расставлены моральные акценты.

Первые попытки привлечь внимание научной общественности к данной проблематике появились во времена горбачевской перестройки. Период демократических реформ дал экономическую свободу СМИ. Следствием стало насыщение рынка экранной продукции сравнительно дешевыми зарубежными, прежде всего американскими, образцами, демонстрировавшими невиданную до тех пор агрессию. Так, проблема агрессии на телеэкране стала актуальной и в России.

Позднейшие отечественные исследования конца 1990-х — начала 2000-х годов по-прежнему сравнительно немногочисленны. Среди них отмечу два. Первое — опрос, проведенный А.В.Федоровым в 2000 году среди 430 юношей и девушек в возрасте 16—17 лет в г.Таганроге. В нем, в частности, выявлено, что российским тинэйджерам нравятся главные герои таких содержащих сцены насилия фильмов, как «Крестный отец», «От заката до рассвета», «Терминатор», «Прирожденные убийцы», то есть отрицательные персонажи — мафиози, бандиты, убийцы, жестокие садисты и т.п. При этом в качестве понравившихся черт характеров экранных героев были названы не только «решительность», «ум», «сила», но и «жестокость», значительно уступающая «доброте» (соответственно 19,5 и 10,5% ответов от числа опрошенных). Это одно из

проявлений негативного воздействия насилия на экране на юношескую аудиторию.

Второе исследование проведено Н.П.Гришаевой в 1998—99 гг. в Москве. Тема — влияние экранного насилия на дошкольников. Результат воистину настораживающий: в сознании испытуемых обнаружен эффект размывания нравственных норм. Так, на вопрос «Кого бы ты назвал смелым?» многие дошкольники ответили, что это тот, кто «не боится убивать». Более глубокий анализ привел автора к выводу, что такого рода утверждения индуцированы теле- и видеосмотрами.

Таким образом, вопрос, влияет ли насилие на экране на российских детей и подростков, представляется риторическим. Ответ однозначный: да, влияет и влияет негативно. Поскольку интенсивность экранной агрессии растет год от года, каждое новое юное поколение получает все больший заряд разрушительной агрессивной энергии, что усиливает предрасположенность социума к реальной агрессии: экранная агрессия провоцирует реальную, реальная заставляет искать еще более интенсивной «подпитки» на экране, что в свою очередь дополнительно усиливает внутреннюю агрессивность. Так на фоне бытовых и экономических неурядиц в социуме усиливается предрасположенность к росту криминала, а в перспективе, и массовому выделению накопленной агрессивной энергии во всем обществе. Мы пока плохо осознаем возможные отдаленные последствия этой «дурной бесконечности».

**Избыток иностранной продукции.** Данная проблема, как мы видели, теснейшим образом связана с предыдущей. Она распадается на две взаимосвязанные компоненты. Первая — это большое количество собственно зарубежной продукции (участники опроса частенько именуют это «иностранщиной»). Вторая — недостаток привычной отечественной продукции. Вот типичные суждения респондентов:

- *раздражают фильмы зарубежные;*
- *слишком много иностранщины;*
- *на телевидении забыли о русской культуре, только на одном канале «Культура» можно об этом узнать что-то;*
- *на экране все больше американские программы;*
- *показывают развратные иностранные фильмы;*
- *телевидение занимается навязыванием западного, чаще американского, образа жизни, причем в самых худших его проявлениях;*
- *наших российских и советских фильмов не хватает;*

- больше нужно показывать отечественные фильмы и мультфильмы;
- мало показывают старых советских фильмов, а новых таких нет;
- нет советских фильмов новых, таких как были раньше, фильмов о жизни простых людей;
- нет хороших мультиков, особенно русских, добрых;
- очень мало отечественных фильмов, особенно по выходным дням;
- хочется, чтобы было больше русских детских программ, а не иностранных уродливых мультиков.

В связи с этим интересно отметить, что по итогам 2003 года Медиакомитет провел анализ представленности отечественной и зарубежной продукции в кинопоказе на крупнейших российских телеканалах (кинофильмы, сериалы, документальные фильмы, мультфильмы). Оказалось, что отечественная продукция занимает меньше половины объема кинопоказа — 42,5%.<sup>2</sup> При этом продукция стран Северной Америки (США и Канады) занимает 36,5% от всего времени трансляции кинофильмов, а продукция европейских стран — 15,8%.

Чем нехороши зарубежные фильмы и мультфильмы для российского зрителя? Более глубокий анализ приводит к выводу о том, что мы имеем дело с проявлением конфликта социально-культурного плана. Он имеет по крайней мере два ясно выраженных уровня. Это, во-первых, нормативный конфликт, который проявляется в несоответствии норм поведения и речи, транслируемых с экрана, с нормами, характерными для традиционного российского общества. Простой пример. Многих в России раздражает, когда в англоязычных фильмах реплику «Wow!» переводят как «вау!» вместо привычного возгласа «Ой!» (или «Ого!», «Надо же!» и т.п.). Норма английского языка в российском контексте вызывает отторжение.<sup>4</sup>

Во-вторых, это ценностный конфликт, проявляющийся в трансляции ценностей, чуждых для значительной (если не большей) части россиян. Заметим, что проблема экранного насилия, о которой речь шла выше, в значительной степени связана с экспансией американской продукции, транслирующей в первую очередь ценности материального богатства и индивидуализма, идеал физической силы как инструмент обретения материальных благ. При этом характерные для России ценности духовного уровня и идеалы коллективного бытия, взаимопомощи, альтруизма отходят на задний план либо оказываются и вовсе исключенными из экранного представления.

Таким образом, претензии к телевидению, связанные с большим количеством иностранной продукции, следует рассматривать в контексте глубинного нормативно-ценностного конфликта, что проявляется через специфическое противоречие. Его можно сформулировать в виде дилеммы: современная Россия либо должна принять новые для нее нормы и ценности, транслируемые с экрана, либо отвергнуть их, выстроив соответствующие морально-правовые и социально-культурные барьеры.

**Катастрофизм в новостных выпусках.** Нынче редкий выпуск новостей на телевидении обходится без зрелищных кадров катастроф — природных и социальных, разве только, когда выпуск на 100% посвящен политике, выборам например. Такое ощущение, что телевизионщикам доставляет какое-то особое удовольствие снимать лесные пожары и падающие самолеты, наводнения и разбитые вдрызг автомобили, камнепады в горах и взрывы. Катастрофы вызывают заметное оживление ведущих новостных программ. Начинается довольно «бестолковое толкование» происходящего, особое внимание уделяется числу жертв, почему-то разному в новостях разных каналов. Когда происходят катастрофы социальные, часто звучит совсем уже бессмысленная, но любимая журналистами фраза: «Причины выясняются», хотя каждый мало-мальски мыслящий зритель понимает, что об истинных причинах скорее всего не сообщает.

После почти психопатического возбуждения, связанного с освещением катастрофы, в 99% случаев редакция ничего не говорит ни о последствиях катастрофы, ни о причинах (выяснены они или нет — так и остается загадкой), ни о мерах, которые принимают власти для устранения последствий. Возбуждение разгорается с новой силой лишь тогда, когда постфактум разворачивается какой-нибудь скандал — чаще всего, возбуждение иска кого-нибудь из пострадавших против властей. Все это удручает зрителей.

Конечно же, о катастрофах сообщать нужно, более того — необходимо. Но нужно ли сообщать о всех катастрофах, которые сняты на видеокамеру? Вот кадры с разбившимся автобусом в Колумбии, на фоне которых сообщается, что погибли двадцать три человека, но россиян среди них нет. Зачем мне, человеку, живущему на другом конце планеты, эта угнетающая информация? Ведь автокатастроф хватает и в собственном городе, но о них могут и не сообщить. Зато о колумбийском происшествии расскажут непременно и, возможно, не один раз в течение суток. Зачем? По

статистике, ежедневно в мире происходят сотни, если не тысячи автомобильных аварий.<sup>5</sup> Почему же одни сообщения попадают на экран, а другие нет?

Особенно любят смаковать авиакатастрофы. Ну как же! Сами собой напрашиваются кадры: панорама места падения, выразительные кадры с обломками, лучше дымящимися, большое число людей вокруг, которые то ли что-то ищут, то ли что-то замеряют. Далее излюбленный персонаж сюжетов об авиакатастрофах, их неизменный атрибут: черный ящик. Его сначала не находят, потом все-таки находят. Далее обязательно сообщат, что специалисты расшифровывают запись, имеющуюся в черном ящике (еще одна совершенно бессодержательная фраза). Обязательно будут кадры, где люди в форме гражданских или военных летчиков рассказывают свои версии катастрофы. Количество времени, уделяемое этому событию, часто создает иллюзию суперважности этого события, а еще, что авиатранспорт — самый опасный для жизни, что основная часть транспортных аварий и жертв, с ними связанных, наблюдается именно в авиации. Создается абсолютно ложная картина. По статистике, число жертв на автодорогах на порядок, а то и на два выше. Даже на железнодорожном транспорте больше аварий и жертв.

К этому следует добавить и еще одну дурную черту телевизионных информационщиков — смакование трагедии. «Труп оживляет эфир» — эта формула, которую нередко можно услышать в редакциях теленовостей, в наибольшей мере отражает цинизм дурной «игры в рейтинг», за которым кроются и тщеславное желание собрать максимальную аудиторию, и переиграть конкурентов любыми средствами. И вот кадры с картинными лужами крови, трупами, рыдающими родственниками погибших и находящимися в состоянии аффекта очевидцами катастроф переполняют эфир.

Как на все это реагирует зритель? На уровне поведения у экрана — простая психофизиологическая реакция: человек непроизвольно задерживает внимание, что удлиняет время просмотра передачи и в итоге увеличивает рейтинг. Но на уровне осознанного, осмысленного отношения — неприязненная реакция. Вот несколько высказываний участников нашего исследования:

- *очень много показывают катастроф;*
- *нетактичная, некомпетентная, некорректная передача сюжетов, связанных с трагедиями, катастрофами, создает негативное настроение в обществе;*

- *угнетает демонстрация откровенной хроники убийств, трупов, страшных авто- и авиакатастроф в новостях и программах;*
- *катастрофы, негативные аспекты жизни общества, хотя это и востребовано, показываются очень, даже слишком реалистично;*
- *информационные сообщения базируются на отрицательных новостях, чем создают смятение в душах людей.*

Помимо угнетенного, насыщенного негативными эмоциями состояния, катастрофизм в теленовостях производит еще один эффект, который блестяще описал в своей книге «Медиа и безразличие» французский социолог Жак Гонне<sup>6</sup>. Главный тезис его книги можно сформулировать примерно так: новости теряют социальную актуальность, более того, всякий смысл, если они блокируют возможность социального действия. Итог такого влияния СМИ — нарастающее безразличие человека, уныние, апатия, которая в перспективе чревата асоциальностью.

**Непристойная эротика.** Спор об эротике и порнографии ведется у нас уже не один десяток лет. В советское время, когда телевидение было, как выражались, «стерильным», этот вопрос затрагивал лишь область видео. В СССР были установлены драконовские законы, когда за просмотр порнографической ленты человека сажали в тюрьму. 1990-е годы привнесли прямо противоположную тенденцию. Вся эротика — пристойная и не очень — вываливалась на телеэкран, вызывая болезненную реакцию у населения. Как будто бы телеканалы, полностью отрицая любой контроль и ссылаясь при этом на недопустимость цензуры, соревновались, кто больше покажет обнаженного тела. Среди журналистов даже ходила шутка, что телевидение в одночасье превратилось в *теловидение*. Зрители реагировали бурно — поток возмущенных писем и телефонных звонков шел непрерывно. Звонили матери и бабушки и умоляли не показывать «это» в дневные часы, когда телевизор смотрят дети. Но уже действовал закон о СМИ, где редакции предоставлялось полное и безоговорочное право не отвечать на письма и запросы зрителей, закон, наглухо заткнувший уши и закрывший глаза телевизионным начальникам, закон, по сути изолировавший телеканалы от общественного мнения, закон, в значительной степени породивший социальную безответственность телевидения.

Как на тезис о непристойной эротике реагировали участники нашего опроса? Привожу типичные высказывания:

- *на телевидении много разврата в дневное время;*

- мне не нравится большое количество сексуальных сцен в любое эфирное время;
- меня возмущают фильмы сексуальные, которые развращают молодежь, все открыто, доступно;
- плохо, когда показывают голых и сцены любовные;
- много показывают голых, а смотрят дети;
- прекратить надо развращать молодежь;
- слишком много непристойных сцен;
- слишком много эротики не только в фильмах;
- на «Муз-ТВ» страшные вещи показывают — сплошной секс, дети смотрят клипы — сплошная эротика, разговор только о сексе;
- на телеэкране гомосексуализм как аспект пропаганды;
- возмущают развлекательные программы с неприличными видами человеческой физиологии.

В сознании многих телевизионных топ-менеджеров укоренилась мысль: эротика привлекает зрителя и позволяет нагнать рейтинг. Возникает **конфликт между рейтингом и нравственностью**. Однако должен заметить, в России эротические кадры не собирают большой аудитории, но вызывают большое негодование. И если в Голландии реалити-шоу «Большой брат», где натуралистические эротические сцены наблюдались в прямом эфире, прошло прямо-таки ура, то его российский аналог «За стеклом», шедший на ТВ-6 несколько лет назад, собирал весьма скромную аудиторию (3-5%), но акций возмущенных зрителей было намного больше.

Российское законодательство не обходит стороной проблему эротики на телеэкране. Данная проблема регулируется двумя законами. Первый из них — Закон РФ «О средствах массовой информации», где указано, что «распространение выпусков специализированных радио- и телепрограмм эротического характера без кодирования сигнала допускается только с 23 часов до 4 часов по местному времени, если иное не установлено местной администрацией» (ст.37). Второй — Закон РФ «Об основных гарантиях прав ребенка», где в статье 14, озаглавленной «Защита ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственности, духовному развитию», также формулируется ряд позиций, в частности следующие:

«1. Органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классово-социальной не-

терпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий, от пропаганды социального, расового, национального и религиозного неравенства, а также от распространения печатной продукции, аудио- и видеопродукции, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.

2. В целях обеспечения здоровья, физической, интеллектуальной, нравственной, психической безопасности детей федеральным законом, законами субъектов Российской Федерации устанавливаются нормативы распространения печатной продукции аудио- и видеопродукции, иной продукции, не рекомендуемой ребенку для пользования в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи до достижения им возраста 16 лет».

Однако, как говаривали в старину, строгость российских законов компенсируется необязательностью их выполнения. И в самом деле, законы нередко нарушаются, особенно ст.37 Закона о СМИ касательно эротики из-за большого числа часовых поясов и довольно сложной схемы распространения телевизионного сигнала в России. Когда в Москве полночь, на Дальнем Востоке — утро, и если эротические кадры транслируются из столицы напрямую, то их во всей прелести видят дальневосточные дети. Очевидно, что из-за нескольких постельных сцен власти территорий, где нарушается условие времени выхода, не будут перекрывать канал. Это-то и возмущает зрителей.

**Дурное поведение на экране.** В этой позиции мы оставим в стороне все то, что связано с проблемами насилия и эротики на экране, поскольку и то и другое в той или иной степени можно отнести к образцам дурного поведения. Речь не об этом. Речь идет о том, что в последние годы во многих материалах, транслируемых по телевидению, задаются образцы дурного тона в поведении, которые могут стать общепринятыми нормами. Приведу пример. Некоторое время назад сразу несколько каналов транслировали рекламу сметаны (марку называть не буду). Ее слоганом была русская поговорка: вкусно, что пальчики оближешь. И вот, обыгрывая этот слоган, креативщики не придумали ничего лучше, как показать розовощекую картинную девочку лет четырех, которая лезла своими пухленькими пальчиками в сметану и смачно облизывала их.

Но надо понимать: реклама — страшная вещь. И миллионы девочек и мальчиков по всей стране стали, уверен, так же смачно макать пальцы в сметану (или кто куда мог) и оближивать свои пальчики. Это

настоящий кошмар для родителей, которые хотят привить детям хоть какие-то приличные манеры поведения.

А чего стоит лишь одна фраза в анонсе фильма, прозвучавшем на одном из уважаемых вроде бы каналов в утренние часы: «Если хочешь стать настоящим вором, учись подобающе держаться». На ее фоне демонстрируется «подобающее» поведение. И это был отнюдь не комедийный фильм, а крутой боевик. Ну как не понимают творцы этого «шедевра», что наносят обществу вред! Телевидение обладает воистину убойной дидактической силой, особенно его рекламно-анонсная составляющая, и телевизионщики должны быть ответственными за последствия тех трансляций, которые они допускают.

Это лишь единичные примеры, но таких примеров — великое множество, ибо многие фильмы, сериалы, мультфильмы, по сути дела, навязывают обществу отвратительные манеры.

**Некорректная политическая пропаганда.** Это, пожалуй, самая деликатная и противоречивая проблема. Противоречивая, поскольку именно в этом месте наблюдается наибольший содержательный разрыв между мнениями, с одной стороны, экспертов-телевизионщиков, а с другой — авторитетных представителей общества и респондентов массового опроса. Напомню, телевизионщики рассматривают некорректную политическую пропаганду как главное «зло» на телевидении, внешние эксперты ставили ее на последнее место, а среди участников массового опроса с ее существованием соглашались менее трети респондентов.

Начнем рассмотрение с анализа мнений участников массового опроса. Открытый вопрос, позволивший уточнить претензии по двенадцати позициям, которые в тексте условно обозначены как двенадцать «зол» телевидения, показал, что число высказываний по этой проблеме примерно в десять раз меньше, чем, например, число высказываний по проблеме рекламы. Вывод: она и в самом деле не так остра, как могло показаться кому-то. Приведем здесь *все высказывания*, полученные в исследовании:

- *на телевидении однобокое освещение событий;*
- *много пропаганды;*
- *надо уменьшить всякую политическую пропаганду;*
- *надоедает вранье политиков;*
- *недостаточно времени для выступления оппозиции;*
- *новости слишком часто говорят то, что им велено сказать;*
- *часто на экране появляется Путин;*
- *часто показывают выступления депутатов.*

Вот, собственно, и все, что смогли высказать 2200 человек по этой проблеме. Реплик по поводу частого появления на экране Путина и недостаточного выступления оппозиции всего две.

Теперь приведем *все высказывания* внешних экспертов на эту тему:

- *раздражает ангажированность всех каналов, отчеты о своей лояльности к администрации президента на всех каналах;*
- *СМИ стали подконтрольны интересам правящей элиты;*
- *раздражают выступления наших политиков: лгут в глаза; предвыборный треп недавно был на всех уровнях, который потом не подтверждается делами;*

для телевидения в России характерна отстраненность от интересов гражданского общества, что проявляется в ангажированности,

- *обслуживании интересов гос. структур, администрации президента или мэра;*

- *мне не нравится ангажированность политических передач;*
- *ТВ слишком много злоупотребляет навешиванием ярлыков («этническая преступность», «терроризм», «исламский экстремизм»), связывая эти явления с кавказцами, чеченцами, вообще мусульманами;*

- *еще до суда и следствия наше телевидение на всю страну спешит распространить чаще всего откровенную ложь, в том числе про Кавказ и ислам;*

- *телевидение день и ночь занимается стравливанием русских и так называемых «черных».*

Заметим, суждений всего восемь — четыре эксперта вообще ничего не высказали на эту тему. Обобщая этот набор, видим, что в принципе речь идет о трех претензиях: 1) об ангажированности всех каналов, подконтрольности телевидения правящей элите, обслуживании ее интересов; 2) отстраненности телевидения от интересов гражданского общества; 3) о проблемах освещения кавказской и исламской тематики.

А вот что говорят эксперты-телевизионщики (*все высказывания*):

- *на телевидении не хватает плюрализма мнений;*
- *раньше НТВ давало другую точку зрения информации, а сейчас все дуют как будто в одну сторону, раньше можно было сравнить и сформировать свое собственное мнение;*
- *почти нет правды на национальных каналах, почти нет альтернативных точек зрения;*
- *общество привыкло воспринимать ТВ как часть властной струк-*

туры, трансформирует его на общественную политику (взрослое население) и считает, что телевидение является последним источником, которому верят.

Здесь еще меньше суждений, и выражают они по сути всего две идеи: отсутствие на телевидении плюрализма мнений и сетование на общество, что, дескать, оно, несчастное, привыкло воспринимать телевидение как часть властной структуры. Можно, конечно, предположить, что эксперты-телевизионщики не стали откровенно высказывать свое мнение.

Позволю себе предположение. Общество тогда всерьез обратит внимание на проблему некорректной политической пропаганды в том ее виде, в каком она существует сейчас, когда телевидение повернется, наконец, лицом к обществу и снимет с повестки дня все наиболее сильные раздражители для аудитории, а именно: загонит рекламу в рамки, приемлемые для общества; решит до приемлемых пределов проблемы насилия на экране, «иностранины», непристойной эротики; перестанет пресыщать новости бессмысленными сообщениями о бесконечных катастрофах, и само внутри себя наложит ограничения и запреты на трансляцию образцов дурного поведения.

**Исковерканный русский язык.** Язык любой нации — ее главная ценность. Мы остаемся русскими, россиянами, пока говорим по-русски, пока мыслим по-русски, пока жива великая русская литература, великая русская публицистика, великий русский театр, великий русский кинематограф и все другие достижения духа, которые выражены на русском языке. В русском языке ценно все — слова и словосочетания, русская грамматика, его склонения и спряжения, его местоимения и числительные, его музыка, его ритмика — одним словом, все элементы языка. Но, как любую ценность, язык надо охранять. Опасности подстерегают с разных сторон. Это и давление на русский язык англо-американского «языка глобализации». Это и засорение языка непристойностями, грубостью, пошлостью. Это и чудовищные канцеляризмы и просто безграмотность, корявое коверканье нашего чудного языка.

Язык — это то, что объединяет нацию, обеспечивает связь между людьми. Но отсюда — одно важнейшее требование к языку. Он должен быть нормирован, нормирован именно для того, чтобы россияне независимо от профессии, региона проживания и социального слоя могли понимать друг друга. В современном мире таким нормирующим механизмом являются средства массовой информации и

прежде всего телевидение. Телевидение — истинный «нормализатор» устного языка.

Если столь сильна нормирующая сила телевидения, то в репликах, звучащих с экрана, не должно быть вовсе или предельно дозировано то, что отклоняется от нормы. Вопрос родителям: хотите ли вы, чтобы ваши дети обкладывали вас трехэтажным матом или чтобы изъяснялись с вами на блатном наречии? Вряд ли! В жизни, конечно, дети наберутся такого «добра» с улицы или от пьяницы-соседа — от этого уберечь невозможно. Но на экран-то зачем выносить всю эту грязь, весь этот мусор? Ведь тогда возникает иллюзия, что такой язык и есть норма.

К сожалению, телевизионные руководители в России сами не всегда владеют в должной мере русским языком и недостаточно осознают, насколько важно продемонстрировать правильный, красивый, безупречный русский язык на телеэкране. Что раздражает зрителей с этой точки зрения? Обратимся к наиболее характерным суждениям, высказанным в нашем исследовании:

- *дикторы не умеют разговаривать по-русски — ударение неправильное, в словах ошибки;*
- *на телевидении без конца коверкают русский язык, используя то блатные слова, а то и мат, выражения типа «Деньги не пахнут»;*
- *на телевидении наблюдается профессиональная и речевая некомпетентность ведущих;*
- *очень много непонятных слов, которые взяты из иностранных языков: какие-то саммиты, фрилансеры и то, что и вовсе не выговоришь;*
- *безграмотность ужасающая все остальное затмевает.*

К безграмотности ведущих добавляется безграмотный перевод фильмов и сериалов. Вот идет американский фильм, и вдруг слышу фразу: «Ховардс угрожает беда!». «Бедная леди Ховардс», — подумал я. Но уже секунд через тридцать выясняется, что Ховардс — не леди. И переводчику надо бы сказать по-русски: «Ховардсу угрожает беда», но почему-то он игнорирует правила русского языка.

Внедряя иностранные слова надо в разумных пределах. И должны они стать русскими словами, как русскими мы считаем слова «школа» и «университет», «радио» и «телевидение», забыв об их иноязычном происхождении.

В связи с этим остро встает проблема профессионального уровня работников телевидения. А он в России недостаточно высокий. Так, по данным Института повышения квалификации работников те-

левидения и радиовещания, среди сотрудников телерадиокомпаний России лишь около 20% имеют высшее образование. Эта цифра ввергает в уныние, ибо низкий уровень культуры, представленный на экране, о котором в один голос говорят и телевизионные, и внешние эксперты, в значительной степени обусловлен именно низким уровнем образования самих работников телевидения.

**Детские телепередачи.** Помимо указанных «зол» телевидения, в ответах встречалась еще одна серьезная претензия к нынешнему телевидению в России — фактическое исчезновение передач для детей. Произошла удивительная вещь. За четырнадцать постсоветских лет число передач для детей не увеличилось, хотя число телеканалов возросло многократно. В СССР распространялись, в выражениях того времени, три программы всесоюзного значения: Первая, Вторая и Четвертая. Кое-где принималась Ленинградская программа и, кроме того, в крупных городах, была местная программа либо студия. Редкие города имели кабельные каналы. Вот и все телемену. Сейчас в России только действующих лицензий на телевизионное вещание свыше двух тысяч. Шестнадцать центральных телеканалов принимаются во многих городах. И на всех шестнадцати вкупе детских программ меньше, чем их было на четырех советских (мультфильмы и фильмы для детей не в счет).

По данным TNS Gallup AdFact, на шестнадцати центральных телеканалах, вместе взятых, детские передачи (в классификации TNS) заняли около 43 часов за месяц, то есть менее полутора часов в день на все каналы. В пересчете на один канал эта величина просто убийственна: примерно пять минут в день или менее 0,3% всего эфирного времени.

Но транслировать — одно дело, а вот что реально могут увидеть дети России? Учтем два обстоятельства: реальное распространение телеканалов по стране и время выхода вышеперечисленных программ в эфир. Только «Первый канал» и «Россия» покрывают практически всю страну, соответственно 99 и 98% населения. Более четверти населения никаких каналов, кроме «Первого» и «России», не видит. Самое «смотрибельное» время у детей всех возрастов — вечерние часы, примерно с 19.00 до 21.00. Но в этом интервале мы сможем найти только две передачи: «Ералаш» на «Первом канале» (это по сути не передача, а фильм) и усохшую до восьми минут «Спокойной ночи, малыши!» на канале «Россия». Все остальные детские программы «Первого канала» лишь чуть-чуть «задевают» свою целевую аудиторию.

Итак, проведенное исследование позволило выявить остроту взаимоотношений между обществом и телевидением, конфликт, который, имея высокое напряжение, остается вне поля зрения самих СМИ. Не имея канала выражения общественного мнения относительно издержек в деятельности телевидения, российское население вынуждено искать защиту у властных структур (постоянно идет поток писем на эту тему в высшие органы государственной власти), политических партий и общественных организаций. «Приведение телевидения в соответствие с нравственными нормами общества» все чаще становится предвыборным наказом избирателей.

Само телевизионное сообщество недооценивает остроты конфликта, считая свою деятельность вполне нормальной по позициям 12-ти «зол» телевидения, наиболее сильно раздражающим население, — это наглядно проявилось в приведенных выше результатах. Очевидно, что долго такое положение вещей оставаться не может, и без того низкий авторитет телевидения рискует упасть еще ниже. Если телевидение не займет более гибкую позицию и не пойдет навстречу своей аудитории, настоятельно требующей уменьшить объем рекламы и размещать ее, не прерывая фильмов, уменьшить объем насилия на экране и т.д., то неизбежно произойдет ужесточение законодательства. Такова цена блокирования обратной связи с аудиторией, сведения всего ее многообразия к телевизионному рейтингу. Государственные структуры, отвечающие за деятельность СМИ, должны учесть эти факты и снять или, по крайней мере, уменьшить возникшее напряжение. Для этого прежде всего необходимо организовать мониторинг настроений аудитории относительно деятельности телевидения и ужесточить контроль за выполнением уже существующих законодательных актов и особенно лицензионных обязательств.

Очевидно также, что российское законодательство, регулирующее деятельность телевидения, требует коренной перестройки, в основе которой лежали бы интересы всего общества, а не только узкой группы лоббистов от рекламы и телевидения.

---

<sup>1</sup> Исследование проводилось в 2004 году при организационной и финансовой поддержке некоммерческой организации «Internews». Собственно полевую фазу исследования проводила компания GFK-Русь по списку вопросов, составленных автором. Было опрошено 2200 человек, репрезенти-

---

рующих население России, как городское, так и сельское, в возрасте от 16 лет и старше.

<sup>2</sup> Исследование проводилось до принятия поправок к Закону РФ «О рекламе», ограничивающих размещение рекламы пива на телеканалах.

<sup>3</sup> За 100% бралось время всего кинопоказа, в который входили художественные фильмы, телесериалы, анимация, документалистика, а также телепередачи, посвященные миру кино.

<sup>4</sup> Вспомним издевки Виктора Пилевина в «Generation «Пи» по этому поводу, его знаменитый «Вау-фактор».

<sup>5</sup> Только в Москве, по статистике МВД, ежедневно происходят несколько десятков аварий.

<sup>6</sup> J a c q u e s G o n n e t . Les médias et l'indifférence. — Paris: Presses Universitaires de France, 1999.

## **Прогнозируемые направления развития отрасли «Культура» города Москвы до 2020 года**

### **1. Обоснование долгосрочного планирования развития отрасли «Культура» города Москвы**

Культура — это социальный институт, функционирование которого сопровождается постановкой и реализацией конкретных задач: закрепление и воспроизводство общественных отношений, обеспечение устойчивости социальной структуры общества, регулирование отношений между членами общества путем выработки образцов поведения эталонов, моделей, а также предсказуемого поведения, обеспечение сплоченности, взаимозависимости и взаимответственности членов общества, упорядочение системы взаимодействия.

Коренные социально-экономические и социально-политические изменения, происходящие в России, оказывают сильнейшее влияние на сферу духовной жизни и культуру, являющуюся ее важнейшим системным качеством, пронизывающим все без исключения сферы жизни общества. Уникальным потенциалом для решения сложнейших задач переходного периода обладает культура, формирующая мировоззрение личности, ее ценностные ориентации, взгляды, установки и трансформирующая от поколения к поколению знания, идеи, традиции, эмоционально-художественные образы и т.п. Стабилизация социокультурной ситуации в столице в последние годы предоставляет реальную возможность перехода от среднесрочного к долгосрочному перспективному планированию. Это позволит решить принципиальные вопросы модернизации отрасли, создать материально-техническую базу и осуществить на этой основе ряд крупных культурных проектов, построить уникальные объекты культуры, которые создадут основу для превращения мегаполиса в крупный международный центр культуры и туризма.

Предлагаемые основные направления развития отрасли «Культура» на период до 2020 года разработаны для включения в Генеральную схему развития и размещения объектов культуры на территории города Москвы на период до 2020 года. В связи с этим они содержат важный, но далеко не исчерпывающий всех проблем развития отрасли градостроительный аспект. Так, проблемы информатизации от-

расли и включения культурного потенциала столицы в российское и мировое культурное пространство, острые проблемы подготовки кадров для отрасли, проблемы своевременного выявления, воспитания и поддержки талантов, качества культурного продукта требуют особого внимания и специального рассмотрения.

Восстановление и развитие государственной системы духовного, культурного и эстетического воспитания, просвещения, обеспечение возможностей для одухотворенного досуга населения возможно лишь на основе единой концепции и долгосрочной программы основных направлений развития культуры Москвы.

## **2. Ситуационный анализ и обоснование развития отрасли «Культура»**

Москва как один из крупнейших мегаполисов мира с полиэтничным, многоконфессиональным составом населения при определенных условиях способна предоставить все необходимые возможности для гармоничного духовного, культурного развития личности. Она имеет развитую инфраструктуру культурно-досуговых, просветительских учреждений, соответствующие кадры специалистов.

В системе Комитета по культуре города Москвы находятся 887 подведомственных учреждений культуры, в том числе:

- театров — 82;
- концертных организаций — 24;
- музеев — 30;
- выставочных залов — 30;
- библиотек — 434;
- клубов и домов культуры — 88;
- детских кинотеатров — 9;
- детских музыкальных школ (ДМШ) и училищ — 138;
- парков культуры и отдыха — 15;
- прочих учреждений культуры — 37.

Однако этого числа государственных учреждений культуры в условиях утраты сети объектов культуры ведомственной и профсоюзной принадлежности при одновременном стремительном росте населения сегодня недостаточно, и уже в ближайшей перспективе этот дефицит будет возрастать.

В то же время возможности существующих учреждений культуры зачастую используются не полностью, а культурные ценности остаются невостребованными в силу таких факторов, как ухудшение уровня жизни и культурных запросов населения.

Изменить ситуацию к лучшему возможно лишь в условиях государственного протекционизма в социально-культурной сфере.

Культурное развитие, культурные запросы жителей московского мегаполиса не всегда соответствуют как предложению со стороны институтов культуры, так и общественным культурным ценностям. В условиях жесткой, все возрастающей конкуренции государственных учреждений культуры и досуга, несущих духовные, гуманистические просветительские начала, и коммерческой, лишенной духовности и культуры индустрией развлечений, зачастую порождающей негативные, асоциальные процессы и явления, необходимы государственный подход, разработка стратегических направлений развития культуры Москвы.

Для успешной реализации новой культурной политики необходимы: создание условий, интегрирующих усилия государства и общества, работников культуры, просвещения, науки; опора на исторические, культурные традиции, опыт прошлого; использование современных методик; развитие и расширение всех форм социальной защиты; обеспечение доступности культурных благ для всех категорий населения. Нереализованный культурный потенциал тормозит духовное и материальное развитие государства и общества.

Правительством Москвы осуществляется эффективная социальная политика, направленная на преодоление негативных процессов 90-х годов, характеризовавшихся снижением уровня рождаемости, ухудшением состояния здоровья населения, сокращением продолжительности жизни. Одним из ее результатов наряду с повышением уровня рождаемости является увеличение доли жителей пожилого возраста. В Москве, как и в других крупных городах индустриально-развитых стран, доля жителей в возрасте 65 лет и старше увеличилась и насчитывает более 15% населения.

Другим последствием кризисных явлений 90-х годов является расслоение населения по уровню доходов. По данным социологических исследований, 43% москвичей считают для себя высоким уровень платных услуг в здравоохранении, образовании, спорте и культуре.

Городскими властями проводится комплекс мер, направленных на повышение уровня жизни москвичей. Так, только в 2005 году эти меры позволили снизить численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума на 181,4 тысячи человек.

Деятельность правительства, направленная на повышение уровня жизни, развитие экономического сектора, образования, науки и культуры, позволила в последние годы стабилизировать ситуацию в сфе-

ре миграции населения города, особенно связанную с выездом за рубеж квалифицированных кадров, деятелей науки и культуры, а по ряду позиций, например по числу специалистов-менеджеров, получивших образование за рубежом, придать положительную динамику.

При этом активная миграционная политика городских властей направлена на привлечение квалифицированных специалистов из государств СНГ и зарубежных стран.

Политика в сфере культуры, безусловно, должна учитывать новую социально-демографическую ситуацию, современное распределение объектов культуры по округам столицы и активно способствовать развитию позитивных процессов

Существующее распределение объектов культуры по округам наглядно представлено на диаграмме.

**Округа:**

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1 — Восточный;        | 6 — Северо-Западный; |
| 2 — Западный;         | 7 — Центральный;     |
| 3 — Зеленоградский;   | 8 — Юго-Восточный;   |
| 4 — Северный;         | 9 — Юго-Западный;    |
| 5 — Северо-Восточный; | 10 — Южный.          |

Для сравнения приведем данные по объектам культуры европейских столиц с численностью населения каждой из них гораздо меньшей, чем Москва.

Так, например, в Лондоне 126 театров, 465 музеев, галерей, выставочных залов, 395 публичных библиотек, 105 кинотеатров и 10 парков. В Париже — 50 парков, 300 музеев и постоянно действующих экспозиций, среди них — Музей монументального искусства Франции, Национальный музей современного искусства и Национальный музей средневековья, Почтовый музей и Музей монет. В Будапеште — более 200 музеев и галерей, 48 театров и концертных залов. В Мадриде — более 140 музеев и галерей. В Вене более 50 музеев и большинство из них уникальны. Например, Музей виноградарства, Придворный музей оружия и доспехов, Театральный музей, Музей уголовного розыска, Музей подков и упряжи. Мировой столицей искусств называют Нью-Йорк. Здесь работают Музей современного искусства, «Метрополитен», Музей мексиканских индейцев, Национальный музей дизайна и т.д. В Нью-Йорке около 400 профессиональных и экспериментальных театров, где работают 15 тыс. профессиональных актеров. Здесь около 16 тыс. профессиональных музыкантов и композиторов.

В профессиональных театрах в Праге на 1000 жителей приходится 24 места, в Париже — 19, в Вене — 13, в Софии, Берлине и Гамбурге — от 6 до 9. Для сравнения: в Москве на 1000 жителей в профессиональных театрах приходится лишь 4,4 места.

В то же время возможности существующих учреждений культуры остаются полностью неиспользованными, а культурные ценности невостребованными в силу таких факторов, как ухудшение социального самочувствия и снижение уровня культурных запросов населения.

По результатам исследований МИСКП и ИСПИ РАН, 44% москвичей отмечают, что не посещают государственных культурно-досуговых учреждений, из них в связи «с отсутствием интереса» — 25%, из-за «отсутствия средств» — 19%. Особенно однообразен досуг московских подростков и молодежи — 36% молодых москвичей являются посетителями лишь дискотек, 53% никогда не ходят в театры, 59% не посещают художественных выставок, 58% не пользуются услугами библиотек. Среди москвичей все более преобладают домашние виды досуга. Духовные, культурные ценности приоритетными называют лишь 15% москвичей.

Бездуховное сознание формирует бездуховное общество, неспособное решать важнейшие задачи переходного периода. У населе-

ния, особенно в молодежной среде, наблюдается снижение уровня моральных, нравственных, культурных критериев, материальные ценности все более вытесняют духовность, а массовая культура становится все агрессивней.

Изменить ситуацию к лучшему возможно лишь в условиях государственного протекционизма в социально-культурной сфере.

Процесс социализации, культурного становления личности затрудняет целый ряд факторов:

- кардинальные трансформации в государственном устройстве, изменившаяся социально-политическая ситуация в стране;

- кризисные явления в экономике и как следствие снижение жизненного уровня большей части населения;

- сокращение численности государственных учреждений культуры и досуга, диапазона и качества культурных благ;

- стремительное развитие нетрадиционных, заимствованных видов и форм досуга, зачастую являющихся не носителями духовных, культурных ценностей, а продуктом массовой культуры;

- снижение качества образования, воспитания, культурного просвещения;

- снижение доступности культурных благ для большей части населения, одомашнивание досуга;

- отсутствие массовых общественных организаций, сокращение активности самодеятельного творчества, его развивающих направлений;

- бездуховность информационного пространства, негативное влияние средств массовых коммуникаций;

- криминализация жизни и общественного сознания в условиях городской жизни;

- культивирование в общественном сознании, мировоззрении крайнего индивидуализма, эгоцентризма, представлений о преобладании личных интересов над общественными.

При стратегическом планировании организации культурных процессов необходимо учитывать также следующие факторы:

- динамизм происходящих в Москве информационно-культурных и этнических процессов;

- рост национального самосознания и усиление значимости этнокультурной самоидентификации;

- влияние ситуации в столице на сохранение территориальной целостности, культурного пространства, единства российского государства, формирование общегражданского сознания у всего населения РФ;

— невозможность разделения населения столицы по этническому принципу вследствие большого количества этнических групп.

Культурную ситуацию в столице также отличают:

— превращение Москвы с ее огромными экономическими, политическими, культурными ресурсами в один из главных межрегиональных центров сложных этнокультурных процессов на всем евразийском пространстве России;

— значительная, в ряде случаев гипертрофированная политизация сферы межнациональных отношений под влиянием более активной, чем в России в целом, политической жизни, более развитой информационно-культурной сферы;

— большая интернационализация культурных процессов и взаимодействий в связи с геополитическим положением Москвы, влиянием мировой информационной среды и глобальной культуры, тесными взаимоотношениями с центрами мировых религиозных конфессий;

— наличие качественно новых и масштабных факторов этнокультурных процессов, способных быстро изменять этнокультурную ситуацию в мегаполисе;

— социальная поляризация и маргинализация не только национальных меньшинств, но и отдельных групп национального большинства вследствие более высоких темпов экономических и социальных преобразований и культурной трансформации;

— напряженная этнокриминогенная ситуация, отражающая деструктивные явления в экономической, производственной и социальной сферах в регионах России и странах СНГ;

— нарастание в последние годы этноцивилизационных различий между национальными группами, несмотря на традиции культурно-языковой аккультурации и ассимиляции нерусского населения;

— наличие в Москве значительных экономических, финансовых и информационных ресурсов, которые наряду с особым положением Москвы как центра власти и культуры могут быть использованы в прямо противоположных целях этнонационального и этнокультурного развития.

Проблемная ситуация заключается в том, что в условиях демократического государства не соблюдаются принципы демократизации, доступности культуры, искусства, просвещения, одухотворенного досуга для подавляющей части населения.

Восстановление и развитие государственной системы духовного, культурного и эстетического воспитания, просвещения, обеспечение возможностей для одухотворенного досуга населения возмож-

ны лишь на основе единой концепции и долгосрочной программы основных направлений развития культуры Москвы.

Суть проблемы заключается в том, что нереализованный культурный потенциал тормозит духовное и материальное развитие государства и общества.

Коренные социально-экономические и социально-политические изменения, происходящие в России, оказывают сильнейшее влияние на сферу духовной жизни и культуру, являющуюся ее важнейшим системным качеством, пронизывающим все без исключения сферы жизни общества. Уникальным потенциалом для решения сложнейших задач переходного периода обладает культура, формирующая мировоззрение личности, ее ценностные ориентации, взгляды, установки и транслирующая от поколения к поколению знания, идеи, традиции, эмоционально-художественные образы и т.п.

### **3. Актуальность проблемы, основные цели и задачи**

Актуальность разработки «Основных направлений развития отрасли «Культура» Москвы до 2020 г.» обусловлена тем, что состояние культурной среды столичного мегаполиса противоречиво. С одной стороны, это город богатейших культурных традиций, ценностей и образов. С другой — на ее развитие оказывает воздействие экспансия западной масскультуры, порожденной переходом западных стран от гуманистических постулатов ценностно-ориентированного общества к целевому рационализму.

Наибольшему воздействию масскультуры подвержена молодежь, не обладающая культурным иммунитетом старших поколений и не защищенная от различного рода антикультурных, лишающих духовности влияний.

Следствием этих длительных и сложных процессов стали, в частности, такие явления, как замена подлинных духовных и культурных ценностей суррогатными, разрыв культурной преемственности поколений и рост националистических настроений, ослабление гражданского и патриотического сознания, различного рода культурные девиации и т.п.

Весь опыт исторического развития свидетельствует о жизнестойкости отечественного культурного наследия, о способности российской культуры в сложные периоды трансформации государства и общества выполнять консолидирующую роль, оказывая решающее стабилизирующее воздействие на фундаментальные социальные, политические и экономические процессы. Степень и эффективность

этого влияния существенно увеличивается в условиях выдвижения и реализации долгосрочных государственных программ, постановки перспективных целей и задач.

Разработка «Основных направлений развития отрасли «Культура» Москвы до 2020 г.» актуальна не только для столичного мегаполиса, но и для культурной судьбы России, так как Москва является культурным образцом для всех регионов страны, историческим, духовным и культурным центром, несущим бремя ответственности за сохранение государственного национально-культурного суверенитета, обеспечение преемственности и развитие культурных традиций, воспитание интеллектуальной элиты нации.

Основными целями перспективного развития сферы культуры Москвы являются:

- систематизация и оптимизация развития культуры Москвы в условиях социальных, политических и экономических трансформаций в контексте культурных процессов, протекающих во всем российском обществе, развитие культурного потенциала и демократизация культуры столицы;

- удовлетворение запросов населения в численности и типологии культурно-досуговых учреждений, оптимизация их размещения в соответствии с реальной социально-демографической ситуацией и предполагаемой динамикой ее развития;

- формирование облика столичного мегаполиса как крупного культурного центра общероссийского и мирового уровня, важного центра мирового туризма;

- развитие государственной системы духовного, культурного и эстетического воспитания, просвещения, стимулирующей формирование позитивного сознания, мироощущения, консолидацию общества в деле решения стратегических задач укрепления российской государственности.

Для достижения этих целей предусматривается решение следующих задач:

- массовое приобщение всех категорий населения города к культуре и искусству, предоставление широких возможностей культурного досуга путем расширения и модернизации существующей сети культурно-досуговых учреждений, создание и включение в культурный оборот новых объектов массового культурного спроса в административных округах города;

- обеспечение доступности для всех жителей города (вне зависимости от социального и материального положения) лучших дос-

тижений мировой и отечественной культуры и эстетического образования;

— создание новых возможностей для развития высокой, эталонной культуры и искусства мирового значения;

— строительство новых объектов «культуры высоких достижений», общероссийского и мирового уровней с целью удовлетворения избирательных интересов населения к высоким образцам культуры и искусства, а также потребностей личности к образованию, духовному и культурному совершенствованию;

— развитие общественной культурной инициативы, творческих начал во всех сферах жизнедеятельности общества;

— повышение качества культурного продукта, создаваемого учреждениями культуры Москвы, его социальной и государственной значимости, определение и реализация приоритетных социально ориентированных проектов и программ развития сферы культуры и досуга московского мегаполиса;

— экологизация духовной и культурной жизни в столице, возрождение народного творчества, культурных традиций, гармоничное развитие национальных культур и их органичное взаимопроникновение, разработка системы культурной адаптации мигрантов;

— эффективное развитие межкультурных связей, преодоление межнациональных противоречий, этнической напряженности и националистических настроений в условиях многонационального московского мегаполиса;

— расширение целевой городской аудитории отрасли культуры, приобщение молодежи к культуре и искусству, предоставление ей свободы выбора;

— повышение государственной, общественной, политической ответственности деятелей искусства, работников культуры, просвещения, досуга в деле культурного воспитания населения Москвы;

— развитие приоритетных направлений деятельности государственных институтов по сохранению и умножению культурных ценностей московского мегаполиса;

— максимальное использование теоретико-методологических аспектов в формировании социально-культурной сферы города с учетом сущности, содержания и значимости важнейших процессов, происходящих в современной культуре, а также их влияния на развитие социальных процессов в целом.

#### 4. Основные направления развития отрасли

Стратегическое планирование развития сферы культуры города Москвы осуществляется в направлении ее оптимизации и модернизации, творческого и технологического совершенствования, повышения роли культуры в воспитании, просвещении и обеспечении досуга всех категорий населения столицы.

Имеющиеся ресурсы (финансовые и кадровые) предполагается направить на:

- развитие всего многообразия государственных учреждений культуры и досуга;
- создание новых типов культурно-досуговых учреждений;
- расширение диапазона и количества услуг, предоставляемых населению;
- развитие возможностей для самореализации, расширения культурного кругозора, интеллектуализации досуга;
- развитие и максимальную реализацию богатого творческого потенциала столицы;
- вовлечение в культурный процесс всех социальных слоев и групп городского населения;
- формирование позитивного мировоззрения жителей столичного мегаполиса.

Основополагающими принципами развития социально-культурной инфраструктуры города Москвы являются следующие:

- оптимизация развития социокультурной инфраструктуры на всей территории Москвы за счет формируемой системы разноуровневых сетей объектов культуры (местного и городского), способной удовлетворить запросы различных социальных категорий населения, усиление взаимосвязи развития народной, классической и массовой культур;
- приоритетное развитие учреждений культуры, ориентированных в своей деятельности на детско-юношескую аудиторию, удовлетворение культурных потребностей людей старшего возраста и с ограниченными физическими возможностями по месту их проживания;
- многофункциональность учреждений культуры.

Таким образом, основными направлениями развития отрасли культуры с учетом количественного и качественного роста сети учреждений культуры станут следующие:

1. Сглаживание различий в развитии социально-культурной инфраструктуры различных районов столицы. Устранение отставания в

развитии социально-культурной инфраструктуры в новых, отдаленных от центральной части города, жилых массивах;

2. Обеспечение приоритетного развития учреждений культуры и досуга, ориентированных на работу с подростками и молодежью. Разработка и создание системы новых учреждений — молодежных многофункциональных центров (молодежные интерактив-центры, или сокращенно МИЦ), учреждений культуры нового типа, располагающихся в каждом округе;

3. Социально-культурное обновление и комплексная модернизация учреждений культуры города с целью увеличения видов и улучшения качества культурно-досуговых услуг, предоставляемых различным категориям населения. Развитие в традиционных учреждениях культуры дополнительных функций по организации культурного досуга;

4. Расширение доступности культурных благ, бесплатных видов и форм культурного досуга для как можно большего числа жителей столицы с одновременным развитием системы платных видов услуг по сверхнормативным видам деятельности учреждений культуры и досуга;

5. Расширение взаимодействия учреждений культуры и общественных организаций в создании и реализации совместных творческих проектов, а также эффективное использование для реализации культурной политики города возможностей современной информационно-коммуникативной среды.

Стратегическое планирование развития сферы культуры города Москвы базируется на следующих основных принципах.

1. В рамках существующей типологии: укрепление и модернизация (без существенного расширения площадей) имеющейся сети учреждений культуры.

Основными задачами модернизации являются:

- расширение функций традиционных объектов культуры;
- обеспечение условий комфортного пребывания посетителей в учреждениях культуры и досуга за счет создания или совершенствования инфраструктуры, включающей зону приема посетителей, информационные средства, объекты питания, рекреации и т.д.;
- совершенствование работы учреждений культуры по информатизации всех видов их деятельности (использование современных технологий, средств мультимедиа и т.п.);
- обустройство объектов культуры с целью обеспечения комфортного пребывания маломобильных групп посетителей.

2. Расширение сети учреждений культуры города в двух генеральных направлениях:

2.1. Увеличение числа существующих типов учреждений культуры;

2.2. Создание сети новых типов учреждений культуры: молодежных интерактив-центров (МИЦ), культурно-туристических кварталов («Московские дворики») и т.п.

## **5. Типы объектов культуры, предлагаемые к размещению в городе Москве до 2020 года**

Решение вышеуказанных задач предусматривает создание сети объектов культуры разного уровня и разной типологии (см. таблицу 1).

Все учреждения и объекты культуры подразделяются на два основных уровня:

- сеть объектов местного (окружного) уровня;
- объекты городского уровня.

1. Сеть объектов местного уровня размещается в непосредственной близости от жилья, осуществляет культурно-образовательные и культурно-досуговые функции для всех категорий населения, в первую очередь для детей, подростков, молодежи, лиц пожилого возраста и с ограниченными физическими возможностями. Объекты местного уровня — это типовой стандарт учреждений культуры для данного территориального подразделения города (района или округа), обеспечивающих социально гарантированный уровень обслуживания населения.

2. Сеть объектов городского уровня обеспечивает удовлетворение избирательных интересов населения в сфере культуры и искусства, проведение досуга, приобщение к высоким культурным и духовным ценностям, лучшим образцам мировой культуры, профессиональное образование в сфере культуры и искусства. Городской уровень учреждений культуры включает две подсистемы объектов культуры, условно обозначенные как: «Объекты массовой культуры» и «Объекты культуры общероссийского и международного значения» — уникальные объекты культурной сферы.

2.1. «Объекты массовой культуры» характеризуются следующими видами деятельности: обеспечение возможностей для массового проведения культурного досуга, а также удовлетворение избирательного спроса на произведения культуры и искусства в области опер-

ного, драматического искусства, балета и народных танцев, киноискусства, музыки, живописи, графики, архитектуры, литературы, повышение творческой активности москвичей в области непрофессиональной деятельности в сфере искусства и народного творчества, приобщение москвичей и гостей столицы к историко-культурным ценностям, обеспечение массового доступного отдыха в парках культуры и на общественных городских территориях.

2.2. «Объекты культуры общероссийского и международного значения» — уникальные объекты культурной сферы характеризуются соответствующими направлениями деятельности и предназначены для проведения международных и всероссийских фестивалей, творческих конкурсов, концертных программ, выставок, форумов, гастролей деятелей искусств мирового значения, просветительских и образовательных мероприятий, обеспечения творческой деятельности выдающихся творческих коллективов, размещения учреждений высшего образования в сфере культуры и искусства.

Общей тенденцией развития объектов культуры обеих сетей — местного и городского уровня при сохранении их специализации является совершенствование инфраструктуры и превращение их в многофункциональные центры, ориентированные в своей деятельности на все слои населения московского мегаполиса и гостей столицы.

## **6. Ожидаемые результаты реализации основных направлений отрасли «Культура»**

— Совершенствование культурного обслуживания, организации культурного досуга москвичей и гостей столицы, поднятие авторитета Москвы как одного из крупнейших центров мировой культуры.

— Оптимизация инфраструктуры учреждений социально-культурной сферы, устранение неравномерности расположения культурно-досуговых учреждений в административных округах города, приближение их к потребителям культурного продукта.

— Увеличение численности, появление новых типов учреждений культуры, расширение диапазона услуг, модернизация учреждений культуры и досуга.

— Повышение общего культурного уровня жителей московского мегаполиса, доступности культурных благ, создание благоприятных условий для гуманизации, интеллектуализации досуга, развития творческой инициативы.

— Развитие чувства патриотизма, взаимодействия и взаимообогащения национальных культур, межрегионального, международного культурного сотрудничества, расширение возможностей для освоения всего богатства мировой культуры.

— Устранение негативных явлений в сфере культуры, противодействие проявлениям девиаций и негативным явлениям в сфере молодежной культуры, антикультурной экспансии, восстановление преемственности культурных традиций, формирование единого культурного пространства Москвы и России.

— Повышение роли культуры в развитии социальных, политических и экономических процессов, во всех сферах жизнедеятельности государства и общества.

— Консолидация московского социума для решения стратегических задач построения демократического общества новой России, воспитание гражданственности и патриотизма.

## СОДЕРЖАНИЕ

МАРШАК А.Л.	<b>Культурно-досуговая сфера в оценках московского населения .....</b>	<b>3</b>
АНДРЕЕВ Э.М.	<b>Патриотизм и проблемы консолидации общества в зеркале социологии .....</b>	<b>36</b>
КОНЧА Л.И.	<b>О духовной сущности патриотизма .....</b>	<b>61</b>
МИРОНОВ А.В., СЕРГЕЕВ В.К.	<b>Воспитание молодежи средствами культуры и искусства .....</b>	<b>71</b>
СЕРГЕЕВ В.В.	<b>Молодежь Москвы. Шаг в XXI век .....</b>	<b>90</b>
ЛАДЕНКОВА Е.Ю.	<b>Российские традиции и современность .....</b>	<b>123</b>
ШАРИКОВ А.В.	<b>12 «зол»телевидения .....</b>	<b>134</b>
	<b>Прогнозируемые направления развития отрасли «Культура» города Москвы до 2020 года .....</b>	<b>160</b>

**ПОИСК.** Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура.  
Научный сборник. Выпуск XII

**Учредитель:** Московский институт социально-культурных программ  
Журнал зарегистрирован в Центральном территориальном управлении Министерства  
Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовой инфор-  
мации. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС1-01933 от 6 октября 2005 года.

**Адрес редакции:** 103012, Москва, Старопанский пер., 1/5, стр.1.

**Телефон редакции:** 923-16-04.

**Факс:** 298-62-42.

**E-mail:** [enmc@mail.ru](mailto:enmc@mail.ru)

Научный редактор  
доктор социологических наук ***В.К. Сергеев***

Выпускающий редактор  
***В.Г. Донской***

Корректор  
***Л.А. Ильина***

---

Сдано в набор 29.04.06 Подписано в печать 30.05.06

Формат 60x84/16. Гарнитура «Таймс».

Тираж 500 экз. Заказ №

Печать офсетная. Усл. печ. л. 11.

Издательство «Серебряные нити»  
129224, Москва, Варсонофьевский пер., 8

Отпечатано с готовых диапозитивов  
в ГУП «Коломенская типография»