

*На правах рукописи*

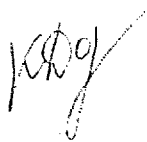
**ДОРОФЕЕВА ЕКАТЕРИНА ВИКТОРОВНА**

**ПОТРЕБНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ  
В СФЕРЕ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

22.00.06 – социология культуры, духовной жизни

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук



Екатеринбург – 2006

Работа выполнена на кафедре социологии и социальных технологий управления  
Уральского государственного технического университета – УПИ

Научный руководитель:

доктор социологических наук,  
профессор В.Т. Шапко

Официальные оппоненты:

доктор философских наук,  
профессор Грунт Е.В.  
кандидат социологических наук  
Копалова О.С.

Ведущая организация:

Уральский государственный  
педагогический университет

Защита диссертации состоится 28 декабря 2006 года в 14 часов на заседании диссертационного Совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук в Уральском государственном техническом университете по адресу 620002, г. Екатеринбург, К-2, ВТУЗГородок, ул. Мира, 19.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральского государственного технического университета.

Автореферат разослан 27 ноября 2006 года.

Ученый секретарь диссертационного совета  
доктор социологических наук, профессор



В.Т. Шапко

## Общая характеристика работы

**Актуальность проблемы исследования.** Системный кризис, затронувший социальную структуру общества с началом перестройки и усугубившийся в связи с распадом СССР и переходом к рыночной экономике, закономерно привел к значительным изменениям в жизни российских граждан. Влияние произошедших изменений отразилось и до сих пор продолжает отражаться на жизненных ценностях, планах, путях достижения успеха и самореализации личности, ее нравственных настроениях и ориентациях. В условиях уже более чем 15-летнего перехода к рыночным отношениям в сознании россиян происходят сложные процессы переоценки ценностей и формирования новых установок и представлений о том, что более, а что менее важно для дальнейшей жизни.

Одной из наиболее существенных характеристик российского общества в условиях форсированного перехода к рыночной экономике в 1990-е годы стала его стремительная коммерциализация. Многие жизненные и социальные ценности, которые ранее имели нравственные эквиваленты, стали измеряться в денежном выражении, моральные нормы заменяться материальными оценками. Культ денег стал чуть ли не общегосударственной идеологией. Конкуренция на уровне массового сознания традиционных советских, национальных и новых ценностей не могла не привести население в состояние растерянности. Появилась некая «зона безразличия», когда старые ценности уже утратили свою актуальность, но взамен не появилось ничего более или менее внятного.

Произошедшие изменения в различной степени оказали влияние на все группы населения, независимо от возраста, пола, местожительства, образования и т.д. Естественным образом не избежала этого влияния и одна из самых уязвимых, сложных, но, безусловно, очень важных групп - молодежь. Это влияние в данном случае было особенно сильным, т.к. ценностный мир молодого человека крайне противоречив и хаотичен, сознание неустойчиво, поэтому все происходящее в обществе перемены могут отражаться на нем непредсказуемым образом. Последствия такого влияния могут быть неожиданными и даже разрушительными.

В обновляемой России молодежь остается основным стратегическим ресурсом. Сегодня она участвует в модернизации страны, в проведении реформ. Но постоянно меняющиеся условия жизни вынуждают молодых людей приспосабливаться к новым реалиям, вести постоянный поиск новых форм идентичности, вырабатывать свою жизненную позицию, созидать свой духовный мир. В этих условиях позитивное духовное развитие молодежи должно быть одной из приоритетнейших задач государства.

Молодежь как субъект социальных и духовных отношений имеет свою специфику и особенности. Среди них наиболее важной является культурная социализация, профессиональное и гражданское становление. Поиск своего пути в новых социально-экономических условиях, ориентация на ускоренное статусное продвижение и в то же время прогрессирующая социальная неадаптивность - все это обусловило специфический характер самореализации молодого человека. В то же время происходящие в современном обществе изменения предъявляют все более высокие требования к способности молодого человека социализироваться, адаптироваться к новым реалиям жизни. И практика показывает, что присущие человеку от рождения биопсихологические предпосылки освоения мира являются лишь фундаментом становления личности. В этом процессе важная роль отводится институтам культуры и образования. Именно они призваны способствовать передаче духовного опыта предыдущих поколений, выработке молодежью своих жизненных ценностей, убеждений и осознанию своих интересов, т.е. формированию духовно богатого человека. Стойкие жизненные ориентации - необходимое условие адаптации юношества в сложном современном мире и выработки собственной жизненной стратегии. Именно культура определяет возможности осознания происходящего, диалогового общения социальных групп, снижение вероятности манипулирования молодежью деструктивными силами.

Среди всех «культурных инструментов», способных оказать наиболее значительное влияние на умы и души людей, первую партию «играет» художественная культура. Чем уровень художественной культуры человека выше, тем обширнее мир вокруг человека, тем больше ему от этого мира надо. Именно художественная культура обогащает жизненный опыт личности, раздвигает ограниченные рамки повседневности. Она способна научить диалогу, взаимопониманию, сопереживанию, сочувствию, помогает найти ответы на сокровенные вопросы личной жизни. Конечно, она не может заменить жизненной практики, но способна дать импульс размышлениям о жизни, ценностях, нравственных отношениях между людьми.

Однако, к сожалению, в сегодняшней ситуации определяющее воздействие оказывает не высокое искусство (которое мы и подразумевали под словом «художественная культура»), а массовая культура, которая благодаря своим огромным адаптивным ресурсам, а также развитию технологий масс-медиа и, в первую очередь, телевидения, имеет для этого все возможности. Ориентация масскульты на пропаганду «красивой жизни», внушение «денежной» направленности мыслям и поступкам человека не прошли незаметно. Более того, если говорить о самом сильном источнике этих ориентаций - телевидении, - то основные его передачи ведутся в наиболее легко

сваиваемом молодежной аудиторией жанре - развлекательных программ, - что ридает им еще большие манипулятивные возможности.

В этих условиях актуализируется проблема прогнозирования развития ютребностей в художественной культуре как на уровне личности, так и на уровне тдельных социальных групп и общества в целом. Наиболее актуально изучение ютребностей молодежи, особенно студенческой, т.к. именно она является той группой, которая будет оказывать самое значительное влияние на всю жизнь общества. Предвидение развития художественных потребностей на основе ециального социологического анализа позволяет определить, какие ожидания и при саких условиях способны привести в будущем к возникновению новых потребностей. З то же время, возникают определенные трудности, связанные со сложностью механизмов формирования этих потребностей, во-первых, в условиях переходного общества, а, во-вторых, в силу специфики данного вида потребностей. Не сложилась и комплексная целенаправленная государственная политика в области формирования художественной культуры студенчества. Это заставляет учреждения культуры самим искать пути своего дальнейшего развития, и эти пути не всегда оказываются адекватными и верными, а внеучебная работа в вузе зачастую не только не приобщает молодых людей к культурным ценностям, но даже отвращает от них в пользу развлекательной самореализации.

**Степень разработанности проблемы.** Проблематика формирования художественной культуры студенческой молодежи находится на стыке смежных областей гуманитарного знания: социологии, культурологии, психологии; различных направлений социологии, в первую очередь, социологии молодежи и социологии культуры.

В конце XIX века начинается социологическое изучение культуры, по мере развития которого появляется множество подходов к ее изучению. Для целей нашей работы наиболее значимыми являются два из них: ценностный и деятельностный.

Ценностная трактовка культуры господствовала в науке до 60-х гг. XX века. В рамках этого подхода можно выделить такие значимые теории как эволюционизм (наиболее яркие его представители - Э. Дюркгейм, Г. Спенсер, Э. Тэйлор, Д. Фрезер и др.), циклическая (цивилизационная) теория культуры (Л. Гумилев, Н. Давилевский, П. Сорокин, А. Тойнби, О. Шпенглер), теория «диффузии культур» (Р. Диксон, У.Дж. Пери, К. Уисслер, Г. Элиот-Смит и др.), функционализм (Б. Малиновский и И. Иванс-Причард, М. Леви, Р. Мертон, М. Мид, Э. Мэйо, Т. Парсонс, А. Рэдклифф-Браун, М. Уилсон, Э. Шиллд).

Среди отечественных социологов культуры можно отметить Ю.Р.Вишневого, Л. Гудкова, Ю.Н.Давыдова, Д.Б.Дондуря, Б.С. Ерасова, Г.Е. Зборовского, Л.Г. Ионина,

М.С. Кагана, Л.Н. Когана, В.М. Межуева, Ф.М. Минюшева; Л.И. Михайлову, Э.А. Орлову, С.Н. Плотникову, Э.В. Соколова, Б.М. Фирсова, Ю.И. Фохт-Бабушкина, В.С. Цукермана, А.М. Шендрика и др.

Начиная с 60-х гг. XX века, в мировой социологии складывается тенденция понимания культуры не только как системы ценностей. Появляется новый подход, предлагающий рассматривать ее через призму человеческой деятельности. В первую очередь, такая трактовка культуры связана с именами М. Вебера, А. Моля, Л. Уайта. Среди отечественных исследователей наибольший вклад в такое понимание культуры внесли М.С. Каган, Л.Н. Коган, Э.С. Маркарян, В.М. Межуев, З.И. Файнбург и др. М.С. Каган предложил оригинальную концепцию художественной культуры, определил ее место в системе культуры вообще и обосновал ее неоспоримую значимость и важность для полноценной жизни любого человека.

Большое значение для нашей работы имели исследования отечественных социологов в сфере свободного времени, досуга: И.В. Бестужева-Лады, Б.А. Грушина, В.М. Димова, В.В. Егорова, Г.Е. Зборовского, Л.Н. Когана, В.Т. Лисовского, Г.П. Орлова, В.Д. Патрушева, Э.В. Соколова и др.

Выделение молодежи в качестве объекта исследования предполагает обращение к опыту исследования данной группы. Первым из классиков мировой социологии обратился к специальному анализу молодежи К. Манхейм (работа «Проблема поколений, 1923 г.). В нашей стране проблемы молодежи изучали (или продолжают изучать) Е.С. Барзгова, Ю.Р. Вишневский, Ю.Г. Волков, В.И. Добренков, Г.Е. Зборовский, Ю.А. Зубок, С.Н. Иконникова, И.М. Ильинский, А.И. Ковалева, Л.Н. Коган, И.С. Кон, С.И. Левикова, В.Т. Лисовский, В.А. Луков, Е.А. Омельченко, В.Г. Попов, Л.Я. Рубина, Б.А. Ручкин, И.М. Слепенков, В.И. Чупров, В.Т. Шапко, Е.А. Шуклина и др.

Одним из наиболее часто встречающихся подходов к изучению молодежи является субкультурный. Единого мнения среди ученых относительно этого феномена не существует, его изучению посвятили свое внимание многие исследователи. Свои типологии молодежных субкультур предложили В.А. Бобахо и С.И. Левикова, В.Т. Лисовский, В.А. Луков, С. Сергеев, З.В. Сикевич, А. Тарасов и другие.

В социологии молодежная проблематика начала активно разрабатываться в 50-е гг. XX века. В 1956 году в свет выходит монография израильского социолога С. Эйзенштадта «От поколения к поколению», рассматривавшего теоретические аспекты проблемы гомогенных возрастных групп в индустриальном обществе. Этим проблемам посвящены работы таких социологов, как К. Беднарик, К. Кенистон, Д. Колеман, Г. Сибальд, Г. Шельски и др.

Такое положение дел привело нас к необходимости обратить свое внимание на взаимоотношения элитарной и массовой культур. Основой дихотомии «элитарное-массовое» стали труды Ф. Ницше, Х. Ортеги-и-Гассета, О. Шпенглера, а также философов Франкфуртской школы: Т. Адорно, Г. Маркузе, Хоркхаймера. Духом исследований Шпенглера увлеклись многие философы XX века, в частности. Н. Бердяев, Л. Фейнбаум. Анализ функционирования «элитарной» и «массовой» культур представлен в работах советских и российских ученых: Б.С. Ерасова, М.С. Кагана, Л.Н. Когана, Е. Кирилловой, К.Э. Разлогова, Ю.И. Фохт-Бабушкина и др.

В связи со всеми перечисленными сложностями (возникновением массовой культуры, значительной медиатизации культуры, приведшей к доступности любого ее продукта и т.д.) возникает вопрос о культурных потребностях молодежи, ее приоритетах в современном мире. Рассматривая категорию «потребность», мы опирались к трудам Е.А. Ануфриева, Г.Е. Зборовского, Л.Н. Когана, Ю.А. Левады, Л. Михайловой, В.Г. Немировского, Г.В. Осипова, Г.С. Тарасова, Ж.Т. Тощенко и др. Учитывая культурные (и в т.ч. художественные) потребности, мы, в основном, опирались на концепцию художественных потребностей М.С. Кагана, считающего их центральными в системе потребностей личности.

И все же, несмотря на достаточное количество работ, посвященных проблемам культуры, художественной культуры, изучению потребностей молодых в сфере художественной культуры, сегодня функционирование этой сферы далеко от оптимального. Предлагаемый молодежи культурный продукт, с одной стороны, не всегда адекватно учитывает специфику данной группы, а, с другой, далеко не всегда способствует нравственному и эстетическому развитию молодого человека, его духовному становлению и росту. Разработка и реализация культурной политики как на уровне государства, региона, так и на уровне отдельного учреждения культуры должна быть одним из приоритетных направлений деятельности. Осложняется этот процесс и тем, что в современном обществе все более ускоряются темпы социальных изменений. Актуальное еще вчера, перестает быть таковым уже сегодня. В связи с этим значимость постоянных социологических исследований в области художественной культуры, особенно художественной культуры студентов, как будущей российской интеллигенцией) возрастает.

Таким образом, объектом нашей работы является студенческая молодежь, предметом - ее потребности и предпочтения в сфере художественной культуры.

Целью работы является исследование художественных потребностей студенческой молодежи, оценка современного состояния их художественной культуры, уровня ее развития и определение основных тенденций ее развития.

Достижение указанной цели предполагает постановку и решение следующих конкретных исследовательских задач:

1. Выявить специфику социологического изучения культуры.
2. Раскрыть субкультурный подход к культуре.
3. Раскрыть специфику молодежной субкультуры.
4. Изучить роль и место художественной культуры в системе культуры.
5. Проанализировать современное состояние российской художественной культуры в разрезе ее предложения молодому поколению.
6. Изучить потребности студенческой молодежи в сфере художественной культуры. Сравнить их с предлагаемым учреждениями культуры «культурным продуктом».

Теоретико-методологической основой диссертационного исследования явились положения классиков и современных социологов о сущности культуры, структуре, месте художественной культуры в этой структуре, работы исследователей посвященные анализу молодежи, молодежной субкультуры, формированию потребностей молодежи в сфере художественной культуры. Особую значимость в рамках нашего исследования имели идеи М.С. Кагана, рассматривающей художественную культуру как отражение всей культуры личности.

Эмпирической базой исследования послужил проведенный автором опрос студентов екатеринбургских вузов (Уральского государственного технического университета - УПИ, Уральского государственного университета им. А.М. Горького, Уральского горно-геологического университета, Уральского гуманитарного института). Исследование проводилось весной 2006 г. Общий объем выборки составил 453 респондента. Для того чтобы проследить динамику изменений художественных предпочтений и ориентаций студенческой молодежи в зависимости от возраста и уровня образования, нами были опрошены студенты младших (1-2) и старших (4-5) курсов. Еще одной переменной, оказывающей значительное влияние на формирование, развитие и устойчивость этих предпочтений, является профиль получаемого образования, поэтому в нашем исследовании приняли участие студенты, представляющие различные профессиональные направления обучения: техническое, гуманитарное, естественно-научное, экономическое, культурологическое.

Также использовались статистические данные, результаты опросов ВЦИОМ, опубликованные эмпирические материалы ряда исследований отечественных социологов в рамках изучаемой проблематики.



#### **Научная новизна исследования:**

1. Определено соотношение понятий «культура», «субкультура», «контркультура», «диаккультура».
2. Определены возможности ценностного и деятельностного понимания культуры и анализа художественной культуры студенческой молодежи.
3. Разграничены понятия «массовая культура», «молодежная субкультура», «одежная художественная культура». Определена специфика молодежи как особой социокультурной группы.
4. Определены возможные, доступные для учреждений культуры в современных условиях пути формирования потребностей молодежи в высоком искусстве.
5. В результате конкретно-социологического исследования выявлены художественные потребности и предпочтения в сфере художественной культуры, характерные для современной студенческой молодежи.

**Практическая значимость работы.** Выводы и результаты проведенного автором исследования могут быть использованы:

1. Административными органами при разработке основных направлений молодежной политики, а также при определении ориентиров, целей и задач функционирования ведомственных учреждений культуры.
2. Учреждениями культуры при разработке репертуарной политики и определении основных параметров своей деятельности, а также при работе с конкретными сегментами рынка (а именно - с молодежным сегментом) в целях оптимизации своей работы.
3. При проведении последующих исследований с целью изучения динамики художественных потребностей студентов во времени, для сравнения различных групп студентов.
4. При разработке и чтении учебных спецкурсов по «Социологии молодежи», «Социологии культуры».

#### **Апробация работы.**

Положения и выводы диссертационного исследования нашли свое отражение в выступлениях автора на различных конференциях: «Актуальные проблемы социологии и менеджмента» (Екатеринбург, 2003), V Всероссийской научно-практической конференции «Возрождение России: общество–управление–образование–культура–молодежь», посвященной 40-летию кафедры социологии и социальных технологий управления (Екатеринбург, 2003), «Актуальные проблемы социологии и менеджмента: общество – управление – образование – молодежь - культура» (Екатеринбург, 2004), «Трансформация российского общества и актуальные проблемы социологии»

(Екатеринбург, 2005), «Молодежь, культура, образование. Межрегиональные молодежные социологические чтения» (Екатеринбург, 2005), Актуальные проблемы социологии и менеджмента (Екатеринбург, 2006).

Содержание работы отражено в 7 публикациях.

### **Структура диссертационного исследования.**

Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

### **Основное содержание работы**

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, анализируется степень ее научной разработанности, определяются объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи исследования, излагаются методологические основы, раскрывается научная новизна и практическая значимость результатов работы.

Первая глава «Теоретико-методологические основы анализа культурных потребностей студенческой молодежи» посвящена теоретико-методологическому анализу проблемы. В ней раскрываются сущность и содержание ключевых понятий: «культура», «художественная культура», «потребность», «культурная потребность», специфика социологического подхода к изучению этих понятий и соответствующих социокультурных феноменов.

В первом параграфе «Культура как объект социологического анализа» раскрыты особенности социологического подхода к изучению феномена культуры. Социологический анализ культуры специфичен. Его предмет и содержание и сегодня дискуссионны<sup>1</sup>. От необходимости излагать и анализировать эти различные социологические концепции и дискуссии нас избавляет то обстоятельство, что эта работа глубоко и основательно проделана в книге известного российского социолога Г.Е. Зборовского<sup>2</sup>. Подводя итог этого рассмотрения и формулируя свою позицию, он подчеркивает: «...мы говорим о социальном действии и взаимодействии общностей (а не только личностей) в сфере культуры... мы обращаем особое внимание не на необходимость изучения в его рамках культуры как социального института или даже совокупности институтов»<sup>3</sup>.

Соглашаясь с такой позицией, мы хотели бы выделить три аспекта социологического анализа культуры:

- место и роль культуры в жизни общества, ее взаимодействия с другими сферами жизни общества; взаимодействия элементов культурной коммуникации;

<sup>1</sup> См.: Коган Л.Н. Социология культуры. Екатеринбург. 1992; Ионин Л.Г. Социология культуры. М., 2000; Минюшев Ф.И. Социология культуры. М., 2004; Михайлова Л.И. Социология культуры. М., 1999; Шендрик А.И. Социология культуры. М., 2005 и др.

<sup>2</sup> Зборовский Г.Е. Социология досуга и культура. М., 2006. С. 24-29.

<sup>3</sup> Там же. С.29.

- различные социальные институты культуры, особенно учреждения культуры;
  - мера освоения различными социальными субъектами различных видов культуры, турных ценностей, Изучение культурных потребностей, запросов, предпочтений.
- ь широко используются методы прикладной социологии.

В современном обществе культура все более демонстрирует свою полезность в различных сферах. Так, для современной экономики важнейшее значение имеют социокультурные факторы, как качество рабочей силы и наукоемкие технологии. случайно в рамках деятельностного понимания культуры предметом изучения являются такие ее проявления, как культура труда, культура производства, культура а, политическая культура и т.д. Вместе с тем сохраняются слои, элементы ьтуры, которые можно определить как «бесполезные» - прежде всего, это ожественная культура. Эта культура бесполезна не в том смысле, что она не нужна, м, что не все в жизни общества и человека может измеряться с помощью пользы. энно эта часть культуры поднимает человека над уровнем пользы.

В рамках социологического изучения культуры наиболее значимыми для нас являются два подхода к осмыслению феномена «культура»: ценностный и тельностный. С точки зрения ценностного понимания культуры она представляет ой совокупность духовных ценностей. В советской литературе это понимание едко расширяли, добавляя сюда еще и материальные ценности. Ценностный подход воляет изучать структуру и приоритеты ценностных ориентаций субъектов ьтуры (в частности, ориентации студентов в сфере художественной культуры). И тому он весьма важен для социологического анализа культуры, особенно для кладных исследований.

Деятельностное понимание основывается на том, что культура есть ественная характеристика человеческой деятельности во всем многообразии видов, способов, результатов. Культура как выражение способов деятельности жет быть рассмотрена в технологическом аспекте, как мера рациональности эффективности деятельности. Именно в этом аспекте культуры наиболее очевиден прогресс как совершенствование форм, способов, методов деятельности. , важнее гуманистическое, человеческое измерение культуры. В этом смысле а есть личностное измерение истории. Мы опираемся на определение культуры рамках деятельностного подхода, разработанное Л.Н. Коганом: « культура – о мера и способ реализации сущностных сил человека в его социальной ятельности и в результатах этой деятельности»<sup>1</sup>. Деятельностный подход дает

возможность определить место художественной культуры в системе культуры вообще. Таким образом, оба эти подхода работают на решение нашей конечной задачи исследования художественных потребностей студентов.

Далее в первой главе мы сосредотачиваем свое внимание именно на этих подходах. В рамках ценностного подхода рассматривается классификация ценностей, составляющих ценностную иерархию человека, особенности и уровни ценностей, систем распространения ценностей, ценности, составляющие актуальную культуру, ценностные ориентации личности (являющиеся индивидуальным эквивалентом ценностей установками личности) и т.д.

Значимость ценностного аспекта культуры в том, что в данном случае она является своеобразным социальным механизмом, который позволяет человеку сориентироваться в окружающем пространстве, начать или не начать совершать какие-то действия. Ценность обеспечивает интеграцию общества, помогает человеку сделать «правильный» (социально одобряемый) выбор. Важнейшая функция ценностей - быть критериями выбора из альтернативных способов действий.

В рамках ценностного подхода в работе рассматривается ряд проблем:

1. Доступность ценностей для человека.
2. Содержание ценностей.
3. Определение критериев актуальности ценностей.

4. Пути знакомства с ценностями: добровольный (когда заимствования элементов других культур характеризуются избирательностью), либо вынужденный (в форме принудительного навязывания).

5. Проблема выбора ценностей, обусловленная большим количеством явлений воспринимаемых как ценность, и ограниченными возможностями личности по их освоению.

Однако ценностное понимание культуры является ограниченным. При таком понимании на первый план выходят уже готовые ценности, а человек - их создатель - остается за кадром. Но ценность все время должна находиться в процессе реализации. Поэтому культура - это и способ, и метод ценностного освоения действительности выражающийся в практической деятельности людей. В процессе этой деятельности формируются мотивы, появляются новые ценностные ориентации, отбираются цели технологии будущих действий. Таким образом, еще одним влиятельным подходом к изучению культуры становится ее анализ культуры в связи с человеческой деятельностью, получивший в мировой социологии широкое распространение в 60-е гг XX века.

Далее в работе мы рассматриваем структуру человеческой деятельности (ее условия, источники развития, процесс деятельности, механизм ее осуществления и регулирования, субъекта деятельности, результат деятельности), формы (личностную и надличностную), направления деятельности (созидательная, творческая деятельность и работа по репродуцированию, размножению, копированию ценностей).

Раскрыв понятие «культура» и определив наиболее важные для нас подходы к ее изучению, мы переходим непосредственно к изучению художественной культуры. В основном, мы рассматриваем этот феномен, опираясь на труды известного российского исследователя М.С. Кагана. По мысли ученого, художественная культура является самосознанием культуры, она культура отражает объективный мир таким, каким он преломляется культурой, становясь ее собственной образной рефлексией. Поэтому художественная культура - это образное самопознание реального человека, это зеркало, в которое человек может смотреться, дабы лучше, глубже, тоньше себя познавать. Такое самопознание происходит путем удвоения действительности, дополнения реальной жизни человека жизнью воображаемой. И в данном контексте художественная культура выступает уже как уникальный «инструмент» культуры, с помощью которого люди могут раздвинуть границы своего опыта. Это знание помогает формированию личности, развитию индивидуальности в большей степени, чем любой другой «механизм» культуры. В этом главное назначение художественной культуры.

Однако и здесь может возникнуть ряд проблем. Во-первых, художественная культура не всегда оказывает позитивное влияние на человека, во-вторых, художественная культура может оказаться инструментом манипуляции. Кроме того, достаточно широко распространено мнение, что главной задачей общения человека с художественной культурой является воспитание в нем потребности и способности самому творить художественные ценности. На такое понимание отчасти влияет стереотип, заключающийся в том, что потребление обычно связывают с пассивным поведением, а созидание - с активным. Но потребление ценностей культуры вообще, художественной — особенно, имеет специфический характер. Прежде всего, этот процесс весьма индивидуален. Ценности художественной культуры воспринимаются потребителями как результат пересечения двух противоположных «токов» - от самой культурной ценности и от потребляющей личности. Именно поэтому разные люди весьма по-разному воспринимают одни и те же художественные ценности. Глубина и масштаб образа воспринимаемой ценности зависят от того, что именно может понять, прочувствовать в этой ценности эта личность. Следовательно, потребление художественных ценностей требует от личности со-творчества, самоотдачи, определенного уровня подготовки.

Таким образом, при изучении художественной культуры оказываются важными и **эволютический, и деятельностный подходы**. В рамках первого необходимо особое **внимание** уделить качеству предлагаемых художественных ценностей (количество, **значно**, тоже важно, но оно все же играет второстепенную роль). А деятельностный **код** позволяет проследить процесс развития (сущностных сил) человека и многое **сказать** о нем, как о личности. Художественная деятельность является общественной по **форме**, но индивидуальной по содержанию. Процесс освоения (и присвоения) **художественных ценностей** человеком глубоко индивидуален. Поэтому установить **универсальные критерии** оценки этой деятельности и, самое главное, ее результатов **не** весьма сложно. Они могут быть лишь признанными большей или меньшей частью **общества**.

**Во втором параграфе «Молодежная художественная субкультура в системе молодежной субкультуры»** применяется субкультурный подход к изучению феномена **культуры**, рассматривается место и значение молодежной субкультуры. Сложность **выделения** этого понятия начинается со сложностей в определении исходного понятия - **молодежь**. Спор в научной среде по поводу критериев выделения ее в самостоятельную **группу** идет давно. Мы в своей работе, в первую очередь, использовали критерий **возраст**. Бытие молодежи, понимаемой как определенная демографическая, возрастная **группа**, не вызывает особых сомнений. Более сложно бытие молодежи как особой **индивидуальной** или социокультурной общности, группы. Ситуация усложняется в **современных условиях** усилением дифференциации общества и самой молодежи. Именно **этому** некоторые исследователи ставят вопрос о том, существует ли молодежь как **уникальная** целостная группа, или в действительности это символическая группа, **представляющая** лишь совокупность отдельных молодежных подгрупп.

Если исходить из того, что, несмотря на множество различий, молодежь все единая **группа**, то возникает вопрос о системообразующем признаке, системной характеристике. **Какая** позиция, при всей ее противоречивости, представляется нам более продуктивной. В **качестве** системообразующего признака молодежи как социальной общности нам **представляется** возможным выделить процесс социализации.

Сам термин «молодежная субкультура» тоже оказался настолько размытым, что **которые** исследователи даже признают его ненаучным и задаются вопросом, а **автоматически** ли вообще это понятие? Среди социологов существует множество вопросов, **которые** задают себе исследователи этой темы. Что такое молодежная субкультура - **культура** самой молодежи или культура для молодежи? Существует ли культура **общества**, единая для всех? Если все-таки можно выделить молодежную субкультуру, как

отдельный феномен, то значит ли это, что существует культура детей, культура людей среднего возраста, культура пенсионеров? Не является ли молодежная субкультура искусственно созданным институтом, с целью продажи товаров и услуг той части общества, которую легче всего «раскрутить», результатом рекламных кампаний в СМИ? Молодежная субкультура - это отклонение от нормы, и с ним надо бороться, или это нормальное явление, которое можно обнаружить в любом обществе, независимо от его политической системы? И, наконец, одним из важнейших является вопрос о том, существуют ли какие-то неизменные черты молодежной субкультуры, как присущей определенному возрасту, или каждая молодежная субкультура ограничена временными рамками и присуща только конкретному поколению в конкретном обществе?

Следуя логике исследования этих вопросов, мы приводим различные определения молодежной субкультуры, изучаем историю ее становления, трансформации, происходящие с ней по мере ее развития, приводим варианты классификации молодежных субкультур, формулируем функции молодежной субкультуры, рассматриваем соотношение терминов «молодежная культура», «молодежная субкультура», «молодежные субкультуры», «молодежная контркультура» и «культура для молодых».

Далее мы обращаемся к изучению художественной культуры в разрезе специфики изучаемой группы. Для этого в целях нашего исследования мы делим художественную культуру на искусство (высокую художественную культуру) и массовую художественную культуру, в которой, в свою очередь, можно отдельно выделить так называемый китч. При этом принципиально то, что массовая культура не сводится однозначно к китчу. В массовой культуре есть вполне приемлемые образцы, потребление которых если и не способствуют возвышению культурных потребностей и развитию духовных сил человека, то позволяет более или менее качественно отдохнуть и получить какое-то эстетическое наслаждение.

Удовлетворение потребностей в художественной культуре чаще всего происходит во время досуга. Досуговая функция является одной из важнейших в современной молодежной культуре, которая приобретает все более досуговую ориентацию. От удовлетворенности досугом начинает во многом зависеть удовлетворенность всей жизнью. Поэтому далее мы обращаемся к изучению досуга молодых: рассматриваем функции досуга, основные досуговые занятия молодежи. Культурный молодежный досуг - это время и место, где сходятся интересы нескольких институций. С одной стороны, самой молодежи, которая хочет общаться, получать эстетическое наслаждение, что-то познавать, отдыхать. С другой стороны, государства, которое должно заниматься воспитанием молодежи и формированием нравственно здорового

общества, в том числе и посредством культуры. А с третьей, огромного количества учреждений культуры, каждое из которых преследует свои цели.

Далее мы рассматриваем общую ситуацию в сфере художественной культуры в российском обществе и выделяем основные современные тенденции, среди которых: резкое деление культуры на массовую и элитарную с преобладанием первой, широкое распространение американской (и в меньшей степени европейской) массовой культуры в России, «эклектизация» культуры, массовое приобщение к массовой культуре, ставшее возможным благодаря значительному развитию средств массовой коммуникации, «одомашнивание» досуга, превращение художественной культуры в фон для повседневной жизни, ориентация подавляющего количества деятелей современной культуры на заработок, потакание вкусам невзыскательной публики, появление огромного количества китчевых произведений, нивелирование нравственной, воспитательной функций художественной культуры и др.

Таким образом, сегодняшнее российское общество преимущественно является обществом массовой культуры. И главной «жертвой» этой культуры стала молодежь. Не случайно, поэтому, в России со стороны как ряда исследователей, так и многих деятелей культуры наблюдается стойкое стремление к отождествлению молодежной культуры исключительно с массовой культурой. Но такой подход представляется односторонним. И мы далее в своей работе пытаемся обосновать, что во многом сегодняшняя молодежь такова, какой ее формируют, в том числе, и сами учреждения культуры. Несмотря на достаточный их выбор, предлагаемый ими художественный продукт оказывается преимущественно массовым, не способствующим развитию потребностей в серьезной художественной культуре. Получается замкнутый круг, в котором облегченная «культура» воспитывает своего потребителя, ждущего все новых и новых ее порций. И чего после этого хотят взрослые от молодых? Ведь как писал еще К. Маркс, «предмет искусства ... создает публику, понимающую искусство...»<sup>1</sup>.

В результате такого положения дел всю молодежь начинают мерить одной меркой и, особенно не разбираясь в нюансах и не вдаваясь в подробности, абсолютно не разделяя понятия молодежная культура субкультура, сводят их исключительно к массовой культуре. А молодой человек оказывается заложником такой ситуации. Ему становится сложно сохранить свою индивидуальность, быть не таким, как все. В хлынувшем на него потоке он у не может понять, чего хочет сам, независимо от того, что ему пытаются навязать СМИ, реклама, мода и т.д. Массовая культура (культура для молодё

---

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч. М., 1958. Т.12. С. 718.



постоянно следит за тенденциями в молодежной среде и потому меняется вслед за ними, отвечая сегодняшним запросам и интересам молодежи. Таким образом, она оказывается очень живучей и становится действительно актуальной культурой для молодых.

Завершая второй параграф, мы приводим различия между двумя этими видами культур и приходим к выводу о том, что молодежную культуру невозможно свести ни к массовой культуре, ни к какой-либо единой молодежной субкультуре. В нашем обществе можно найти множество молодых сторонников совершенно различных культурных течений и направлений. И выбор того или иного зависит от потребностей молодого человека. А откуда они берутся? Как формируются? Изучению этого вопроса и посвящен следующий параграф.

Логика третьего параграфа - «Специфика культурных потребностей» - также выстроена от общего к частному. Автор рассматривает сначала общую теорию потребностей, переходит к изучению культурных потребностей, а затем определяет место художественных потребностей в общей системе потребностей. Для определения понятия «потребность» мы обратились к теории структуры личности и опирались преимущественно на вариант этой структуры, предложенный Г.Е. Зборовским. Он выделяет две ее подсистемы - внешнюю и внутреннюю, одной из важнейших составляющих которой и являются потребности. Они - исходные побудители деятельности личности. Они отражают объективные условия существования человека и являются одной из важных форм связи личности с окружающим миром. Связь эта проявляется в форме естественных (нужда в еде, одежде, жилье и т.д.) и социальных потребностей (потребность в различных формах деятельности, общении). Категория «потребности» тесно связана с категорией «ценностные ориентации» - еще одним важнейшим элементом внутреннего мира личности. Важно при этом подчеркнуть, что и потребности, и ценностные ориентации личности тесно связаны с социальными условиями, средой личности, со всем обществом в целом.

Потребности личности, социальных групп, общностей всегда связаны с развитием культуры. Во-первых, личность зависит от внешнего мира, от его культуры, а, во-вторых, очевидно, что и стремление к культуре проявляется в форме потребностей. Все это позволило социологам оперировать понятием «культурные потребности». Они занимают особое место в системе потребностей. Под ними понимаются обусловленные состоянием развития общественного производства и культуры потребности в реализации сущностных сил человека в процессе его деятельности. Речь здесь идет о таком «пучке» мотиваторов и реализаторов поведения, которые не даны человеку биологически, которые выработались в многотысячелетнем процессе очеловечивания животного

предка людей. Культурных потребностей являются своеобразным «срезом» всей системы потребностей.

Чтобы определить место художественных потребностей среди всех других культурных потребностей, мы обращаемся к классификации культурных потребностей М.С. Кагана. К ним он относит потребность в новой искусственной среде, потребность в знаниях, опосредующих культурное творчество, потребность в ценностях, потребность в предвосхищающих действия моделях, потребность в другом человеке как со-участнике собственного бытия и потребность в дополнительном иллюзорном опыте (т.е. художественная потребность).

В работе представлены различные аспекты изучения художественных потребностей:

- изучение художественных предпочтений и интересов;
- изучение переменных, от которых зависит развитие художественных потребностей;
- изучение каналов удовлетворения художественных потребностей;
- изучение уровня и качества удовлетворения художественных потребностей;
- изучение динамики изменения художественных потребностей и причин этого;
- анализ соотношения художественных потребностей и художественной деятельности;
- изучение возможностей и условий для реализации художественных потребностей;
- изучение проблем в ходе удовлетворения художественных потребностей.

Все эти аспекты рассмотрены в работе. Но особое внимание, по нашему мнению, необходимо уделить изучению проблем, связанных с художественными потребностями, т.к. это знание дает возможность предпринять определенные шаги по исправлению ситуации. Среди этих проблем можно выделить следующие:

1. Проблема так называемого статусного потребления, когда продукты культуры потребляются не в целях развития личности, а в целях приобретения определенного престижа в глазах окружающих.

2. Финансовые проблемы, связанные с нехваткой средств на общение с «живым» искусством, что может вообще привести к отказу от художественных потребностей или к их удовлетворению в меньшем объеме или с худшим качеством.

3. «Одомашнивание» потребления художественных ценностей, что подчас снижает уровень восприятия произведений искусства, активности личности в выборе этих

нностей, приучает к «всеядности» в сфере культуры, к аморфности художественных потребностей.

4. Неравномерность распределения художественных ценностей по стране, и, соответственно, их недоступность для большинства населения.

5. Перекосы в удовлетворении художественных потребностей.

Но самой, по нашему мнению, главной проблемой (ставшей, в какой-то мере следствием всего перечисленного) является неразвитость художественных потребностей (особенно у молодого поколения россиян), что, с одной стороны, обусловлено изменениями в системе образования, а, с другой, все той же ориентацией на максимальные заработки, стремлением не воспитывать, а развлекать, отзываясь на любой запрос.

Следствием особенностей художественных потребностей и художественной деятельности является то, что с одной стороны, возникают трудности при формировании художественных потребностей человека со стороны общества. А, с другой, индивид, развиваясь самостоятельно, имеет возможность отобрать из богатого культурного окружения то, что ему нужно, и это придает данному процессу определенную привлекательность. В связи с этим в своей работе мы останавливаемся на изучении понятия мотив (т.е. осознанного побуждения, обуславливающего действие для удовлетворения какой-либо потребности человека), рассматриваем систему мотивов (в которой можно выделить мотивы-стимулы и смыслообразующие мотивы) и мотивационные факторы (которые обычно делят на две группы: внешние и внутренние).

Появление между потребностью и деятельностью такого связующего звена, как мотив, дает возможность широкого влияния на формирование соответствующих потребностей. В третьем параграфе мы приводим различные варианты формирования этих потребностей (в т.ч. и с использованием массовой культуры). При этом важно подчеркнуть особую значимость этого процесса, когда речь идет о молодежи. Формирование ее художественных потребностей является одной из первостепенных задач государства и общества.

Во второй главе «Потребности и предпочтения российских студентов в сфере художественной культуры» подчеркивается специфика конкретно-социологического анализа художественных потребностей и на основании данных проведенного автором социологического исследования анализируются проблемы художественной культуры российских студентов.

В первом параграфе «Особенности конкретно-социологического изучения художественной культуры» рассматриваются основные методы социологических исследований и дается оценка этих методов с точки зрения их применимости в

исследуемой нами области. Также приводятся некоторые специфические моменты, которые необходимо учитывать при изучении такой тонкой материи, как художественная культура. Еще недавно одной из привлекательных характеристик количественного анкетного опроса выступала анонимность. Сегодня, когда молодежь привыкла к плюрализму мнений и позиций, воспринимает его как нечто само собой разумеющееся, это преимущество анкеты перестает высоко цениться. В анкетах, связанных с изучением культуры вообще, художественной культуры в особенности, нередки ситуации, когда респондент в глубине души осознает, что его культурный уровень невысок, но ему неловко в этом признаться даже самому себе, и он даже в анонимной анкете стремится показаться, прежде всего, самому себе культурней, чем есть на самом деле. Он начинает отвечать не так, как он действительно думает и оценивает те или иные явления культуры, а так, как, по его представлению, должен отвечать культурный человек.

Нередко в социологических анкетных опросах о различных явлениях и аспектах художественной культуры ставятся вопросы типа: «Сколько раз в неделю (месяц) Вы ходите в кино, театр, библиотеку?» Такие вопросы, как правило, выше обычного среднего информационного «потолка» респондента. Он, как правило, по сути отвечает на другой вопрос: сколько раз он бы хотел посещать эти учреждения культуры, ведь посещение их происходит неравномерно. Вообще, количественные показатели применительно к художественной культуре мало о чем говорят, если они не сопровождаются содержательным анализом качества потребляемых художественных ценностей. Нередко респондент не в состоянии точно ответить на, казалось бы, простой вопрос: «Какие книги Вы читаете?» Продуктивнее дать список наиболее популярных сегодня книг и выяснить, какие из них он читал. В социологии культуры все большее значение приобретает метод экспертных оценок, при этом необходимо подобрать состав экспертов так, чтобы были представлены сторонники разных вкусов, школ, направлений. Очень важно для социолога выявить и степень восприятия культурной информации.

Во втором параграфе «Потребности и предпочтение студентов в сфере художественной культуры: конкретно-социологический анализ» детализируются общие тенденции в сфере художественной культуры и анализируются результаты проведенного автором опроса студенческой молодежи г. Екатеринбурга. Целью нашего конкретно-социологического исследования являлось выявление основных тенденций в области художественной культуры современной студенческой молодежи, ее оценка как носителя культурных ценностей российского общества, а также разработка практических рекомендаций по усилению роли художественной культуры в жизни студента и совершенствованию работы учреждений культуры в этом направлении.

В нашем исследовании мы ставили перед собой ряд задач:

- изучить художественные потребности и запросы студенческой молодежи,
- выявить основные факторы, оказывающие влияние на их формирование,
- проанализировать уровень удовлетворенности студентов работой существующий учреждений культуры г. Екатеринбурга,
- изучить основные направления художественной деятельности студентов,
- определить возможности влияния на формирования потребностей в художественной культуре,
- разработать практические рекомендации по формированию художественной культуры студенческой молодежи.

Логика нашего исследования выстраивалась таким образом:

### 1. Изучение образа культурного человека с точки зрения студентов.

Здесь выяснилось, что «культурность» человека оценивается студенческой молодежью, в первую очередь, по реальным поведенческим проявлениям - его воспитанности и тактичности. Только на втором месте (и то с большим отставанием) идет начитанность, эрудированность, что свидетельствует о неосознанном восприятии студентами деятельностного понимания культуры

2. Определение преимущественных занятий студентов в свободное время, т.е. в часы досуга. Полученные нами результаты подтверждают современную тенденцию к «одомашниванию» досуга современной молодежи, а также неразвитость художественных потребностей и, соответственно, художественных вкусов студентов. Во многих ответах упоминается прослушивание музыки, но это, преимущественно, популярная, эстрадная, а не серьезная классическая музыка, кроме того, музыка является даже не столько самостоятельным видом искусства, сколько звуковым рядом жизни. Общение с художественной культурой (чтение, посещение учреждений культуры) оказалось не особо популярным среди студентов.

### 3. Анализ мотивов общения с искусством.

Стремление к гедонизму свойственно современной молодежи в значительной степени. И результаты нашего исследования еще раз доказывают это положение. По мнению студентов, первоочередная задача искусства - развлекать. Таким образом, можно сказать, что искусство в глазах студентов во многом ассоциируется с массовой культурой (которая как раз и призвана развлекать и уводить от реальности).

### 4. Выявление интереса студентов к отдельным видам искусства.

В рамках данного направления исследования мы выясняли, каким видам искусства отдают предпочтения студенты (на первом месте оказалось киноискусство), откуда

получают информацию по проблемам искусства (первое место – у телевидения), как часто и с кем посещают учреждения культуры студенты, а также анализировали предпочтения студентов по отдельным видам искусства: предпочитаемые жанры, мотивы выбора конкретного произведения, наличие желания и возможностей чаще посещать соответствующие учреждения культуры, причины непосещения и т.д.

5. Исследование активной разновидности художественной деятельности студентов – их собственного художественного творчества. Оказалось, что активной художественной деятельностью занимается лишь треть исследуемой аудитории. Этот вид деятельности не является, по мнению студентов, необходимым показателем культурности. Ориентация на творческий досуг явно уступает место ориентации на досуг потребительский. Однако отчасти в этом «виновата» вузовская система внеучебной работы. До поступления в вуз почти половина студентов планировала участвовать в художественной самодеятельности, но либо вообще не была привлечена к участию в ней, либо не смогла себя в ней реализовать.

6. Изучение оценки студентами собственного уровня культурного развития, возможностей и необходимости его повышения. Выяснилось, что студенты нацелены на развитие, культурный рост (лишь 5% студентов заявили об отсутствии необходимости повышать свой культурный уровень). И связан он преимущественно с необходимостью изучать иностранные языки. Чтение и посещение учреждений культуры набрали значительно меньше сторонников.

7. Исследование мнений студентов о современном состоянии культурной сферы. В рамках этого направления были заданы вопросы о том, должны ли посетители учреждений культуры платить за «потребление культуры» (здесь преобладает мнение о том, что культура должна быть частично платной, частично бесплатной), а также об источниках финансирования деятельности учреждений культуры (приоритет в финансировании культуры был отдан государству).

В заключении подводятся итоги диссертационного исследования, обобщаются результаты, формулируются основные теоретические выводы и практические рекомендации по развитию художественной культуры студенчества.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Будучи частью общества, молодежь, тем не менее, является особой социокультурной группой, которой присуща собственная культура, отличная от базовой.

2. Понятия «молодежная культура», «молодежная субкультура», «культура для молодых», «массовая культура» и «молодежная художественная культура» не являются тождественными и требуют строгого разграничения.

3. В современной российской художественной культуре преобладает массовая культура, что накладывает значительный отпечаток на художественные потребности молодежи. Сегодняшняя российская молодежь в основном не обладает сформированными потребностями в высокой художественной культуре. Поэтому огульные обвинения современной молодежи в бездуховности, безнравственности, отсутствии высоких идеалов не совсем правомерны.

4. На уровне государства отсутствует четкая политика по формированию художественных потребностей молодежи. Предоставленные сами себе учреждения культуры ведут эту работу по своему усмотрению, нередко ставя во главу угла не воспитание собственного зрителя (читателя, слушателя), а максимальное пополнения своей кассы.

**Основные положения работы отражены в следующих публикациях:**

**I. Публикации в реферируемых изданиях:**

1. «Менеджмент в современном театре» // Актуальные проблемы социологии и менеджмента. Вестник УГТУ-УПИ, №4 (24). - Екатеринбург, 2003. - С. 262-266.

2. «Проблемы театра в новой социокультурной среде» // Актуальные проблемы социологии и менеджмента. Вестник УГТУ-УПИ, №4 (24). - Екатеринбург, 2003. - С. 266-267.

3. «Есть ли польза в «бесполезной» культуре?» // Трансформация российского общества и актуальные проблемы социологии. Вестник УГТУ-УПИ, №3 (55). - Екатеринбург, 2005. - С. 181-183.

**II. Прочие публикации:**

1. «Интеллигенция начала 2-х веков: что изменилось?» // Актуальные проблемы социологии и менеджмента. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции «Возрождение России: общество-управление-образование-культура-молодежь», посвященной 40-летию кафедры социологии и социальных технологий управления. Выпуск 3. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2003, - С. 98-99

2. «Театр и зритель: проблемы взаимоотношений» // Актуальные проблемы социологии и менеджмента: общество-управление-образование-молодежь-культура. Выпуск 6. Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2004. - С. 142-145

3. «Плюс попсовизация российской молодежи...» // Молодежь, культура, образование. Межрегиональные молодежные социологические чтения. Сборник научных статей, №4, Екатеринбург: УрАГС, 2005. - С. 27-30.

4. «Культура - мегапроект будущего?» // Актуальные проблемы социологии и менеджмента. Выпуск 8. Екатеринбург: ГОУ УГТУ-УПИ, 2006. - С. 71-74

Подписано в печать 25.11.06. Формат 60\*84/16

Бумага для множит.апп. Тираж 100 экз.

Отпечатано на ризографе Свердловского государственного академического  
театра музыкальной комедии

620151 Екатеринбург, ул. Ленина, 47





