

# ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ В АСПЕКТЕ ПРИОРИТЕТОВ СТОЛИЧНОЙ МОЛОДЕЖИ

Алексей Андреевич Логвинов,  
директор ГБОУ СПО города Москвы  
"Колледж по подготовке социальных работников №16"

*Представленные результаты социологического исследования базируются на выявленных интересах молодежи к социокультурным традициям и современному стилю жизни.*

*The presented results of the sociological investigation are based on the revealed youth's interests to socio-cultural traditions and contemporary way of life.*

Ключевые слова: молодежь, культура, столичный мегаполис, традиция, инновации, социологический эксперимент.

Keywords: youth, culture, capital megalopolis, tradition, innovation, sociological experiment.

При общей характеристике столичной молодежи как носителя определенного ценностного сознания, необходимо учитывать не только составляющие, которые отображают типичные в ней явления городской культуры, но и особенности городских форм общественной жизни взрослого поколения. Отличия между молодежью и столичными жителями старшего возраста находятся в сфере взаимодействия традиций и инноваций, в соотношении этих двух факторов относительно стилей жизни, ценностных ориентаций.

В научных трудах *традиция* - понятие, которым постоянно пользуются социологи, антропологи, политики и др. Впитав в себя знания о различных нормах поведения, культуры, идеях, передаваемых из поколения в поколение в пределах определенной группы, традиции развиваются и ретранслируются. В "Словаре новейшей социологической лексики" дефиниция "традиция" представлена как множество представлений, обычаев, привычек и навыков практической и общественной деятельности, передаваемых из поколения в поколение, выступающих одним из регуляторов общественных отношений [1, с. 365].

Традиционность как качество культуры, связывающее людей определенными формальными знаками, смыслами, передается социально-исторически. При этом для каждого поколения то, что было создано ранее, является первичной основой жизнедеятельности. Выработывая собственные приоритеты, каждый человек переосмысливает прошлый опыт и заимствует те элементы, которые соответствуют запросам актуальной реальности. Российский культуролог Ф.А. Колбунов отмечает, что молодежная среда - это самая широкая аудитория, для которой усвоение и формирование культурных новаций является сущностной чертой жизни. В юном возрасте наиболее сильна тяга к восприятию нового, которая по мере взросления ослабевает. В этой связи городская среда упрощает возможности доступа и приобщения к инновационным достижениям культуры и техники. Кроме того, общество потребления, быстрыми темпами формирующееся в России, особенно в ее мегаполисах, стимулирует именно потребление новизны [2, с. 71-76]. Доктор педагогических наук Е.В. Невмержичкая, автор нескольких инновационных методов, определяет *инновации* как раскрытие творческого потенциала личности, коллектива, целенаправленное проектирование и организацию процесса образования и воспитания с целью создания максимально благоприятных условий для развития личности при условии ее непосредственного активного участия в процессе [3, с. 48].

Результаты социологического эксперимента (участники - 214 юношей и девушек и 96 чел. - лица старшего возраста) по выявлению позиций, которые сближают молодежь со старшим поколением (рис. 1), свидетельствуют о том, что честность, добротота, отзывчивость являются наиболее важными человеческими

качествами для 25,5 % респондентов; воспитание детей, создание прочной семьи важны для 13,2 % опрошенных. Целеустремленность, коммуникабельность, стремление к образованию (обучение в вузах, что подтверждают социологические данные: учреждения высшего профессионального образования размещены по территории России неравномерно, в двух столицах - Москва и Санкт-Петербург, где обучается почти каждый третий студент (22,5 %) по очной и очно-заочной формам [2]), деловитость назвали более 58 % респондентов, что является обязательным требованием современного мира. Особо следует отметить и указанные жителями столичного мегаполиса качества, которые также входят в группу, условно именуемую коммуникативно-информационный спектр, включающие общение с родителями посредством электронной почты, службы мгновенной пересылки сообщений, голосовой связи через сеть Интернет и т.д.

В аналитическом докладе, подготовленном Институтом социологии РАН в сотрудничестве с Представительством Фонда имени Фридриха Эберта в Российской Федерации "Молодежь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты" (2007 г.) отмечается, что сегодня понятия морали и нравственности, по мнению молодежи, часто приобретают характер анахронизмов, пользоваться которыми - значит обречь себя на неуспех. Объект исследования, проведенного по специальной социологической анкете (формализованное интервью), включал две группы: *основную*, собственно молодежь в возрасте от 17 до 26 лет включительно (всего опрошено 1796 чел.) и *контрольную*, представляющую старшее поколение в возрасте от 40 до 60 лет (всего опрошено 655 чел.). Менее половины молодых респондентов (46 %) в ходе опроса согласились с утверждением, что сегодня мы живем уже совсем в другом мире, отличном от того, какой был раньше, и многие традиционные моральные нормы устарели. Противоположной точки зрения придерживается большинство молодежи - 54 % уверены, что основные моральные

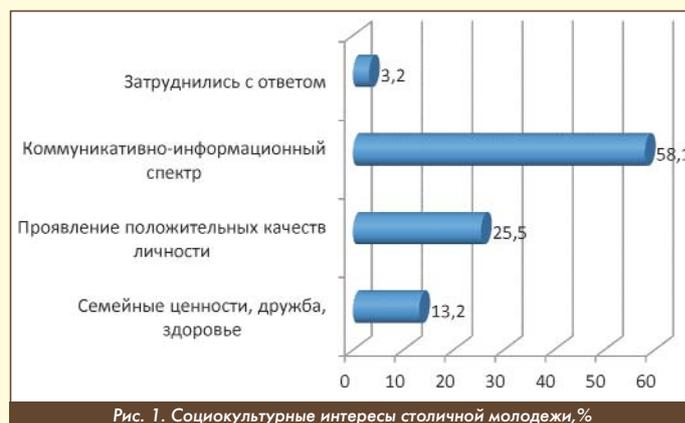


Рис. 1. Социокультурные интересы столичной молодежи, %

нормы не подвержены влиянию времени и всегда остаются актуальными. При этом почти каждый третий респондент старшего возраста (31 %) признал, что моральные нормы "стареют" и уже не соответствуют современным требованиям и ритму жизни. Результаты опроса, проведенного в столичном мегаполисе в 2012 г., незначительно отличаются от представленных на рис. 2, что подтверждает достоверность ответов.

Для большинства представителей столичной молодежи приоритетными ценностями остаются семья и работа в той или иной вариации: когда работа желаемая и интересна или когда она дает возможность достичь материального благополучия. Соответственно, определенный тип устремлений молодежи, с одной стороны, формируется в условиях столичной городской среды, а с другой стороны - влияет на поведенческие практики молодежи, прежде всего такие, как получение образования, выбор профессии и т.д.

Рассчитывая многого добиться в жизни, юноши и девушки в основном подразумевают материальное благополучие (более 70 % респондентов), а достижения старшего поколения, в частности, своих родителей, ставятся ими под сомнение (прежде всего - экономический аспект). При этом, как известно, доля специалистов с высшим образованием и предпринимателей в мегаполисах выше, чем рабочих в Москве и Санкт-Петербурге.

Проведенный анализ позволяет сделать выводы о том, что формирование человеческого капитала молодежи России происходит под влиянием нескольких факторов, среди которых место жительства имеет важное значение. В условиях столичного мегаполиса в ведении юношей и девушек находятся разнообразные виды образовательных услуг, предоставляющие большие возможности по получению отдачи от вложенных в образование средств, а также способствующие созданию социального капитала, включающего знакомство и поддержание личных связей, которые могут повлиять на удачное трудоустройство, продвижение по карьерной лестнице и т.п. При этом старшее поколение, в отличие от нынешней молодежи, отличается большей консервативностью, что естественно с учетом его жизненного опыта - оно не любит рисковать, выделяться, не привыкло рассчитывать только на себя, что не свойственно современной молодежи, активно озвучивающей свои жизненные планы. Однако оба этих поколения объединяют такие позиции, как: создание прочной семьи, воспитание детей, уважение к традициям и культуре страны, в которой они проживают. При том, что миграционные потоки в столичный социум при низкой эффективности административного и социального управления миграционными процессами обуславливают некоторые неблагоприятные последствия [4] (стихийный характер миграции, преобладание в СМИ публикаций, формирующих в общественном мнении отрицательный образ мигрантов, являющихся представителями неславянских этносов и др.), общая численность постоянного населения города Москвы постепенно увеличивается в пределах 0,1...0,2 % в год, главным образом из-за миграционного притока из других регионов и стран СНГ [5].

Повышенный интерес молодых жителей столичного мегаполиса относится, в том числе, к области компьютерных технологий и информационных коммуникаций, порождающих новые практики, формы культуры и способы ее освоения. Интерактивность, информативность и вариативность являются главными свойствами компьютерной культуры и порождаемой ею виртуальной реальности, которые привлекают молодежь и формируют специфическую ценностную шкалу.

Общеизвестно, что в настоящее время компьютер и Интернет, как активные элементы современной культуры, осваиваются в разных возрастных группах: увлечение компьютерными играми, пребывание на специализированных интернет-порталах, общение через *фэйсбук* (*facebook*) является альтернативной формой вербальной и невербальной коммуникации в виде общения в режиме реального времени в чатах, форумах, социальных сетях. Уровень компьютеризации жителей столичного мега-

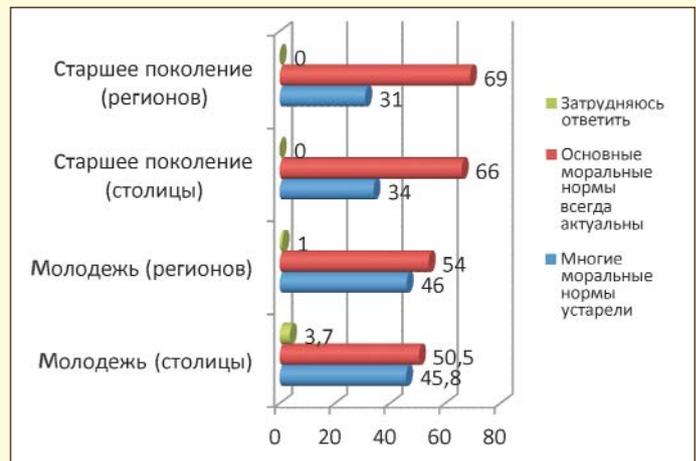


Рис. 2. Отношение молодежи и представителей старшего поколения к моральным нормам, %

полиса достаточно высок, что обусловлено, прежде всего, высокими доходами населения, однако среди досуговых форм не меньший интерес у молодежи вызывает посещение культурных и спортивных мероприятий, клубов, кафе, баров, фитнес-центров, чтение книг и др.

Таким образом, молодежная среда столичного мегаполиса характеризуется двумя направлениями связи с культурой, которые проявляются в сознании, поведении человека, на которого оказывают влияние различные факторы. Первое направление основывается на опыте старших поколений, образцах, интересах, присущих социокультурной традиции; второе базируется на реалиях современности, где информационно-коммуникационные технологии являются важнейшим инструментом формирования культуры нового поколения, способствующего развитию мировосприятия, ценностных установок, стилей жизни современной молодежи.

### Литература

1. Кравченко С.А. Словарь новейшей социологической лексики: теории, понятия, персоналии (с английскими эквивалентами). - М.: МГИМО-Университет, 2011.
2. Колбунов Ф.А. Культурный потенциал российского мегаполиса // Этносоциум и межнациональная культура. - 2010. - № 1.
3. Невмержицкая Е.В. Эффективность использования инновационных методов и технологий в деятельности межрегионального ресурсного центра строительной отрасли (итоги 3-го этапа реализации Федеральной целевой программы) // Двигатель. - 2012. - № 5 (83 + 243).
4. Димаев А. Миграция населения как фактор этноконфессиональной напряженности в российском обществе // Вестник РУДН, серия "Социология". - 2009. - № 1.
5. Постановление Правительства Москвы от 21.08.2007 г. № 711-ПП "О Московской городской целевой миграционной программе на 2008-2010 годы".

Связь с автором: 25.82@mail.ru

