

Презентация идентичности и идентификация: визуальные аспекты культурного кода

Александрова Александра Валерьевна

Магистрант

Уральский государственный университет им. Горького

Факультет политологии и социологии

Г. Екатеринбург

e-mail: Sandra.ekb@gmail.com

В современной культуре общества идентификация «свой-чужой» актуальна не только по отношению к этнической или религиозной принадлежности, но и на уровне локальных социально-культурных сообществ их повседневных практик [4].

Рефлексия визуального анализа и идентификации дает возможность выстраивать стратегию поведения принимающей стороне в свою социальную группу, стремящейся стороне в желаемую группу, среду, воспроизводить стратегию принятым и постоянно находящимся индивидам в привычной для них среде.

Доступ к группе через идентификацию, возможность быть принятым в среде, иметь отношение к событию, в частности через формирование идентичности, осуществляется через культурный код, который может презентироваться и быть идентифицирован. Культурный код воплощается в ключевых символах [6], словах, жестах, мимике, вещах, движениях, одежде, местах посещениях, читаемой литературе, потребляемых ценностях, который может быть легко распознан «своими» и не понят, недоступен «чужим».

Dress-code и face control в современном обществе создают социокультурные фильтры при вхождении в профессиональную сферу деятельности, сферу отдыха и развлечений, построении дружеских и семейных отношений (принятие решения о подходящем партнере), в рыночном и медиа пространстве при выделении целевой аудитории, в визуальной культуре и видах искусства пространства современного города.

Культуру можно назвать формой социальной наследственности [10] и формой социального конструирования. Культурные коды могут передаваться социальным группам как наследие, что дает более четкие основания и возможности идентифицировать человека в своей культурной среде. Культурные коды могут конструироваться в новых условиях феноменов культуры, воплощаясь в символических кодах, которые в свою очередь прочитываются в визуальных символах.

Формирование и механизм производства культурного кода, репрезентация идентичности в пространственно-временном континууме социальных изменений [13] может быть представлена в виде модели символического социального взаимодействия [рис. 1] и модели социального процесса [рис. 2].

В современном обществе и культуре общения личный брендинг и бренд социальных групп формирует особую визуальную культуру. Визуальная демонстрация бренда идентичности несет в себе совокупность представляемых атрибутов идентичности и духовно-эмоциональную оболочку. Культурный код создает бренд идентичности на основе его ДНК – культурного кода.

Бренд идентичности является характерным и точным понятием презентации идентичности в обществе, присущим идентификации атрибутов и характеристик не только на рынке потребления, но и в межличностных отношениях.

Литература.

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М.: Аспект Пресс.2001
2. Бергер и Лукман социальное конструирование реальности, М, 2004

3. Бодрийяр. Ж. "Симулякры и симуляции" 1981
4. Бурдые П. "Практический смысл" (М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2001)
5. Город как социокультурное явление исторического процесса. Сб. ст. М.: "Наука", 1995.
6. Комадорова И.В. Символическая антропология в системе антропологического знания. постановка проблемы. Современные проблемы науки и образования. /Журнал "Успехи современного естествознания" №11 за Июнь 2004 год
7. Орлова Э.А. Современная городская культура и человек. - М.: "Наука", 1987.
8. Познин В. архив журнала «Техника и технологии кино: 2006 Пространство, заключенное в параллели <http://rus.625-net.ru/cinema/2006/02/prost.htm>
9. Тамберг В., Бадьин А. Люди-бренды и human branding www.newbranding.ru
10. Уайт Лесли. Презентация идентичности: визуальные аспекты культурного кода 960 стр., 2004 г. Издательство: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), Серия: Культурология. XX век
11. Эко. У "Семиотика и философия языка" (1984)
12. Шкурин Д.В. Социальное моделирование, 2003
13. Штомпка П. "Социология социальных изменений", М, 2006

Современный российский театральный зритель: социокультурный анализ

Баранов Алексей Анатольевич

аспирант

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,

социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: albaron@yandex.ru

Социокультурные изменения, произошедшие в России в конце прошлого века, достаточно сильно повлияли на театральную жизнь страны. В этот период театр изменился во многих отношениях. И в отношении режиссуры, и в отношении репертуара, и, безусловно, в отношении зрителя. Существенно снизился уровень государственного финансирования, в то время как организации, работающие в сфере искусств, сталкиваются с постоянным ростом текущих затрат. Количество публики в лучшем случае можно назвать стабильным; во многих областях оно уменьшается. Искусство сталкивается с конкуренцией со стороны других, более доступных и менее дорогостоящих форм развлечения, в то время как у людей сокращается количество свободного времени, а стоимость посещения мероприятий исполнительских искусств стремительно растет.

Театральные организации, как и большинство культурных организаций в России чаще всего не имеют специальных подразделений маркетинга, которые должны бы были заниматься изучением своей аудитории и, основываясь на результатах этого изучения, планировать свою стратегию связи с общественностью. Поставленную проблему можно коротко обозначить так: театр «не знает» свою аудиторию. Однако для того чтобы театр, как социокультурный институт, мог полноценно выполнять свою главную функцию – воспитательно-просветительскую, ему необходимо иметь четкое представление об аудитории, с которой он работает.

Попыткой ответить на вопрос «Что же представляет собой аудитория современного театра?» явилось исследование «Социокультурный анализ аудитории Новой сцены

Большого театра»¹, проведенное кафедрой социологии культуры, образования и воспитания социологического факультета МГУ на Новой сцене ГАБТ в 2006 году.

В ходе исследования были выявлены довольно интересные данные о составе зрительской аудитории. Так, большая часть посетителей – женщины, старше 35 лет, москвичи, имеют высшее образование. Что касается трудовой деятельности, то на бюджетные сферы (культура, наука, образование и здравоохранение) приходится около половины опрошенных. В качестве приоритетных источников получения информации респонденты в порядке убывания указывали рекомендации друзей и знакомых, СМИ, а также анонсы непосредственно в Большом театре. Также подтвердились гипотезы о наличии зависимости между социально-демографическими характеристиками и предпочтительными информационными каналами.

Полученные в ходе исследования данные позволяют составить социально-демографический портрет зрителя Новой сцены Большого театра, оценить эффективность тех или иных источников, направленных на распространение информации о репертуаре, проанализировать впечатления зрителей как от самого спектакля, так и от работы вспомогательного персонала. Результаты исследования представляют собой базу для последующего более глубокого анализа.

Сегодня театры, в том числе и Большой, должны устанавливать контакты с публикой, чтобы находить аудиторию, заинтересованную в их творчестве, а также беспокоиться об ее, аудитории, воспроизводстве. Зрителя необходимо изучать, даже если театр пользуется популярностью и не испытывает затруднений с посетителями. Это необходимость, продиктованная современными условиями функционирования некоммерческих организаций. На наш взгляд, заслуга социологических, в том числе и маркетинговых исследований, в том, что они позволяют произвести сегментацию рынка сценического искусства и тем самым обеспечить рост зрительской аудитории и спроса. Хотя, безусловно, большое внимание следует уделять в первую очередь не только тому, чтобы найти нового зрителя, но и тому, чтобы не потерять старого.

Литература

1. Богданова П. Новый зритель и новые ожидания. Беседа с заместителем директора Государственного института искусствознания, доктором философских наук, профессором А. Рубинштейном. // Современная драматургия, 2002, №2.
2. Дмитриевский В. Н. Театр и зрители. Отечественный театр в системе отношений сцены и публики: от истоков до начала XX века. СПб.: Дмитрий Буланин, 2007.
3. Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. М.: Классика-XXI, 2004.
4. Попова А. Обновленный Большой театр возвращается в «высшую мировую лигу». // РБК daily, 2007, 4 мая.
5. <http://www.advertology.ru/> (*Сайт о рекламе, маркетинге и PR*).
6. <http://www.bolshoi.ru/> (*Официальный сайт ГАБТ России*).

¹ Социологические исследования «Социокультурный анализ аудитории Большого театра» и «Социокультурный анализ аудитории Новой сцены Большого театра» проводились кафедрой социологии культуры, образования и воспитания социологического факультета МГУ под руководством д.с.н., д.ю.н., профессора Е. В. Халиповой в 2002, 2004 и 2006 гг. Автор данной работы принимал участие в исследованиях в 2004 и 2006 гг.

Стилевая закрытость байкерской субкультуры как предметсоциологического исследования

Гаук Анастасия Викторовна

аспирантка

Уральский государственный технический университет – УПИ, Екатеринбург, Россия

E-mail: gauk@bk.ru

Тема субкультур получила права гражданства в социологии в качестве отклика на несомненный взрыв молодежного бунтарства, потребительства / антипотребительства, массовой культуры «ревущих 60-х». На рубеже XX - XXI веков актуализируется стиливая организация групп, идентифицирующих себя посредством новой культурной символики. При этом стиливая дифференциация порождает эффект закрытости публично демонстрируемых субкультур. Возникает новая задача социологического исследования, – понимание символически-публичных, но по сути закрытых социальных пространств. В этом отношении наиболее интересны субкультурные формы, аутентично сохраняющие стабильность в плане воспроизводства, социального бытования и социально-символических образцов, мифологем. Характерные особенности таких субкультурных форм ярко специфичны в российском культурном контексте. Таковой является байкерская субкультура, которая достаточно слабо изучена социологически. Основные причины этого, – нежелание российских байкеров распространять информацию даже внутри своей субкультуры и то, что эта субкультурная форма до сих пор находится в стадии формирования.

В общем и целом история байкерства – это история молодости, в том числе и немолодых людей, захваченных в водоворот ролевой диффузии, вызванной, последовательно, тоталитарным давлением, социальными сдвигами, социокультурной ригидизацией в условиях относительной либерализации. Таким образом, рамочные конструкты («фреймы») социологического дискурса на тему российского байкерства производны от ключевых парадигм и терминов теории социализации.

В данной работе приведены данные о стиливых особенностях (предпочтениях) в байкерской субкультуре. Автором был проведен социологический опрос в июле 2007 года на байк шоу, которое проводил один из байкерских клубов города Екатеринбурга «Черные ножи». Задача исследования – изучение стиливых особенностей байкерской субкультуры. В частности, опрос показал, что свободный стиль жизни предпочитают – 69% респондентов, романтический – 21%, ответственный – 19%, бунтарский 13,79%, деловой – 10,34%, безмятежный 7%. Выраженность внешних признаков распределилась следующим образом: в одежде предпочитают удобство – 79%, стиль – 36%, качество – 32%, все равно какая одежда – 2%. Тем не менее, есть устойчивые элементы одежды: байкерские – 52,87%, спортивные – 38%, классические – 23%, деловые – 7%, не имеют значения элементы в одежде – 3,45%. Немаловажным является отношение к татуировкам в

байкерской субкультуре. Охарактеризовали татуировку как выражение своего я – 43,68%, украшение 23%, символ – 21,84%, безразличное отношение к татуировкам выразили 19,54% опрошенных, отрицательное отношение у 9,20%, статус – 5,75%, внешняя форма, компенсация опыта и искусство по 1,15%. На вопрос «какой стиль музыки вы предпочитаете» были следующие ответы: рок – 32, 18%; разное – 26,44%, металл – 15%, рок-н-ролл – 8%, русский рок – 5,75%, зависит от настроения – 4,60%.

Данные показывают, что люди в байкерской субкультуре имеют свои устойчивые мнения, вкусы, тем самым поддерживают собственный стиль. Это свободный стиль жизни, удобство в одежде, при устойчивых элементах байкерской символики, в татуировках выражают свое я, в музыке преобладают различные виды рок - музыки, а рок, как известно, символ бунтарства и свободы. Выше всего ценится свобода мысли, действия, стиля. Все это их объединяет в одну сплоченную группу людей. Даже если они не знакомы между собой, при встрече сразу могут понять, что принадлежат одной субкультуре. Это является залогом взаимопомощи и взаимовыручки в трудной ситуации, например на дороге, незнакомой местности и т.д.

Таким образом, в байкерской субкультуре социологи обнаруживают естественную экспериментальную площадку символически публичную для всех, но закрытую для тех, кто вне этой субкультуры. Учитывая наличие уже полувековой истории российского байкерства на фоне публичной демонстрации своего обособленного от масс существования, сохранение своей культурной символики, анализ принципов сосуществования внутри байкерского общества и в целом специфики социокультурного пространства данной субкультуры представляет особый интерес для современного социолога, особенно тогда, когда ученый имеет возможность изучить особенности культуры, используя научные методы, находясь внутри нее. Планируется повторный выход в байкерскую среду в рамках очередного ежегодного летнего фестиваля в Одессе. Так возникнет основание для более глубоких ретро- и про- спективных сравнений.

Виртуальная культура как социокультурный феномен общества постмодерна

Дёмина Марина Николаевна

аспирант

Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: m.djomina@gmail.com

Последние десятилетия XX века отмечены процессами, существенным образом трансформировавшими современную социокультурную реальность. Развитие средств массовой коммуникации и полномасштабное внедрение новых информационных технологий, привело к тому, что взаимодействие людей в современном обществе все больше приобретает виртуальный характер. В результате интенсивной информатизации и глобализации социальных и культурных процессов стало возможным появление нового социального пространства, получившего название виртуальной реальности.

Проблематика виртуальной реальности давно вышла за пределы научной сферы кибернетики и достигла границ гуманитарного знания, где находит свой отклик в рамках социально-философской, психологической и культурологической проблематики. Спектр исследований феномена виртуальной реальности в этих областях охватывает целый ряд проблем, одной из которых является формирование в рамках культуры постмодерна новой виртуальной культуры, обладающей специфическими чертами.

Несмотря на то, что феномен виртуальной реальности является относительно новой областью исследований, на сегодняшний день можно выделить два направления, которые могут быть представлены как аксиологические подходы к ее осмыслению.

Первое направление рассматривает феномен виртуальной реальности в контексте осмысления технических средств для ее создания и перспектив функционального применения в различных областях жизнедеятельности (компьютерном дизайне, учебно-тренировочных системах), то есть акцентирует внимание на анализе предпосылок и последствий принципиально нового качественного уровня развития современных информационно-коммуникативных систем. В рамках данного направления под виртуальной реальностью понимается технически конструируемая при помощи компьютерных средств интерактивная среда порождения и оперирования объектами, подобными реальным или воображаемым, на основе их трехмерного графического представления, симуляции их физических свойств (объем, движение и т.д.), а также их способности воздействия и самостоятельного присутствия в пространстве². Виртуальная реальность предполагает также создание средствами специального компьютерного оборудования эффекта присутствия человека в этой объектной среде, сопровождающегося ощущением единства с компьютером.

Данный подход к исследованию виртуальной реальности представляется в некоторой степени утилитарным, поскольку не дает понимания природы данного феномена, его соотношения с социальной реальностью.

Ко второму направлению относятся концепции виртуальной реальности, рассматривающие виртуальную реальность с точки зрения проблемы природы реальности, как развитие идеи множественности миров, изначальной неопределенности и относительности «реального мира». Характерным становится противопоставление реальности и виртуальности как оппозиции вещи и копии, вещи и подобия. Ведущий представитель постнеклассической философии, Ж.. Бодрийар, полагает, что точность и совершенство технического воспроизводства объектов, их знаковая репрезентация конструирует иные объекты – симулякры, из которых и состоит виртуальная реальность. Под виртуальной реальностью понимается организованное пространство симулякров – особых объектов, «отчужденных знаков», которые в отличие от знаков-копий фиксируют не сходство, а различие с референтной реальностью. В противоположность актуальной действительности, выражающей целостность, стабильность и завершенность, виртуальная реальность является источником различия и многообразия. Социальный теоретик М. Постер, сопоставляя феномен виртуальной реальности с «эффектом реального времени» в сфере телекоммуникаций отмечает, что происходит проблематизация реальности, ставится под сомнение обоснованность, эксклюзивность и очевидность «обычного времени», пространства и идентичности.

Исходя из постмодернистского понимания специфики феномена виртуальной реальности предполагается возможным выделить ряд отличительных особенностей виртуальной культуры, формирующихся в результате трансформации социокультурных процессов. Рассмотрим эти особенности.

Постер фиксирует конституирование симуляционной культуры с присущей ей множественностью реальностей. Несмотря на то, что виртуальная реальность не стала общекультурной практикой, однако она обладает огромным потенциалом для порождения иных культурных идентичностей и моделей субъективности.

Определяющей чертой виртуальной культуры является построенное по принципу мультимедийного гипертекста виртуальное пространство, т.е. специфическая организация информационных массивов, элементы которых связаны между собой ассоциативными отношениями. В силу специфики пространственной организации виртуальной реальности в виртуальной культуре формируется другая логика мышления: нелинейная, непоследовательная, недетерминистская, ассоциативная. Эти эффекты достигаются благодаря моделированию «другого социума» и «другого времени» (отличного от

² Социология: Энциклопедия // Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. - Мн.: Книжный Дом, 2003.

реального социального времени): неоднородного, обратимого, разнонаправленного и бесконечного (безотносительно к существованию человечества).

Интересной представляется также точка зрения философа У. Эко, который анализируя культурное пространство, выдвигает идею «отсутствующей структуры». По его мысли, человеческая деятельность связана с интерпретацией знаков и практически исчерпывается ею. Применительно к виртуальной культуре общества постмодерна можно говорить о том, что статус знака и статус объекта оказываются неразличимы.

Важной характеристикой виртуальной культуры является ее мозаичность, связанная с особенностями процесса познания, а также структурирования и ценностного отбора социального опыта жизнедеятельности. Как следствие интенсивного внедрения компьютерных информационных технологий в повседневную культуру, непрерывного и беспорядочного потока информации, распространяемого, главным образом, средствами массовой коммуникации, формируется определенный тип виртуальной культуры, сочетающий в себе случайные элементы культур разных народов и эпох. Данные элементы оседают по определенным статистическим законам в сознании индивидов, образуя нечто вроде «хранилища сообщений». Таким образом, не происходит ценностного отбора и структурирования социального опыта как в случае направленного процесса познания, реализуемого посредством системы образования. В этом заключается основное отличие виртуальной культуры от культуры в ее традиционном понимании в науке как ценностно-отобранного и символично-семиотически организованного опыта множества людей.

Литература:

1. Эко У. От интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст // Интернет. М., 1998.
2. Бодрийяр Ж.. Симулякры и симуляция // Философия эпохи постмодер-на. / Сб. переводов и рефератов. - Минск, 1996.
3. Моль А. Социодинамика культуры // М.: ЛКИ, 2008.
4. Розин В.М. Виртуальная реальность как форма современного дискурса // Виртуальная реальность: Философские и психологические аспекты. М., 1997.
5. Емелин В. Постиндустриальное общество и культура постмодерна. http://www.geocities.com/emelin_vadim/postindustrial.htm

Евразийство в современной социокультурной ситуации в России

Енютина Анна Аркадьевна
аспирант

Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова, социологический факультет, Москва, Россия
yennna@gmail.com

Современную социокультурную ситуацию в российском обществе можно охарактеризовать как переходную. В условиях радикальных социальных изменений, происходящих в России, в обществе существует потребность в осмыслении современной ситуации и определении стратегического курса развития российского социума. Среди теоретических подходов к пониманию специфики социокультурных процессов в России особую роль играет концепция евразийства. Будучи разработанной в начале 20-го века в среде русской эмиграции, эта концепция оказалась актуальной и востребованной в современной общественной и научной жизни.

Основы евразийской концепции впервые были опубликованы в сборнике «Исход к Востоку. Предчувствия и свершения. Утверждение евразийцев» в 1921 году. Свою миссию евразийцы видели в поиске нового пути России, основанном на переосмыслении ее исторической миссии в мире. Одним из ключевых принципов евразийства является принцип полицентризма: признание равноправных цивилизационных центров – Востока и Запада, а также признание особой роли России-Евразии как географически и культурно объединяющей оба эти центра. Нередко этот принцип выражался в резком неприятии доминирования романо-германской цивилизации, выраженном антизападничестве и обращении к Востоку.

Итак, что же такое Россия-Евразия? Исторический анализ этого концепта можно найти в работе «Взгляд на русскую историю не с Востока, а с Запада» Н.С. Трубецкого.

Характеристикой евразийского мира является, во-первых, его цельность в географическом, антропологическом и культурном смыслах, что вызывало возможность и необходимость государственного объединения.

Во-вторых, характеристикой евразийского мира является его отличие, как от Запада, так и от Востока. Однако в ходе истории произошел поворот в сторону Запада, усилилось тяготение к западной европейской цивилизации. Усиление завоевательских настроений и стремления к экспансии в соседней Европе повлекло необходимость защиты культурной, политической и экономической независимости России-Евразии. Однако задача перенять технические достижения европейской цивилизации в целях защиты России-Евразии постепенно переросла в стремление сделать Россию ведущей европейской державой. Это стремление привело, в конце концов, к превращению России, по словам Н.С. Трубецкого, в «провинцию европейской цивилизации».

Одной из своих задач евразийцы считали отказ от широко распространенной идеи об исключительности западного Просвещения, и, если рассматривать более широко, поворот к Востоку. Они поставили под сомнение господствующее представление о европейской культуре как о вершине культурной эволюции, а также саму идею о существовании линии универсального исторического прогресса.

Представляется интересным проанализировать социокультурное содержание евразийской концепции.

Анализируя феномен идеологии, словенский социальный философ Славой Жижек пишет об идеологическом пространстве, которое содержит множество элементов – «плавающих означающих», структуризация которых в единое идеологическое поле происходит путем внедрения определенных «узловых точек», «останавливающих скольжение означающих, фиксирующих их значение – «пристегивающих» их». Таким образом, происходит так называемая идеологическая разметка действительности.

Применительно к культурному аспекту идеологической разметки действительности можно говорить о культурных парадигмах. С.В. Лурье использует термин «культурные константы», под которым понимается комплекс бессознательных представлений, определяющих характер и условия действия человека в мире. Она использует также термин «этнические константы» - культурные константы, соотношенные с определенным этносом.

Итак, вернемся к анализу евразийской концепции. Как пишет Н.С. Трубецкой в работе «Мы и другие»: «для евразийства самым важным является именно изменение культуры, изменение же политического строя или политических идей без изменения культуры евразийством отмечается как несущественное и нецелесообразное». В той же работе он говорит о задаче евразийства по отношению к культуре: «Евразийство подходит к национальной русской культуре без желания заменить ее какими-либо романо-германскими формами жизни (уже осуществленными в Европе или только представляющимися воображению европейских публицистов), а наоборот, с желанием освободить ее от романо-германского влияния и вывести ее на путь подлинно самостоятельного национального развития. Разумеется, и евразийство не принимает без разбору всего, что есть или было в русском народе самобытного, и тоже производит выбор между ценным и вредным или безразличным. Но при этом выборе евразийство руководствуется не тем, пригодно ли данное явление русской культуры или народного быта к осуществлению того или иного заимствованного у европейцев идеала (социализма, демократической республики и т.п.), а исключительно внутренней ценностью данного явления в общей связи русской национальной культуры».

Таким образом, основной идеей евразийства является сохранение и развитие самобытности русской культуры, ценностный отбор наиболее важных ее элементов. То есть, по сути, речь идет о формировании парадигматических культурных констант, на основе которых и происходит отбор элементов культуры.

Как уже упоминалось ранее, евразийские идеи оказались популярными и востребованными в современной социокультурной ситуации, поскольку предлагают вариант особого пути развития России. Однако в рамках евразийской концепции имеется немало противоречий и неясностей, что приводит к различному толкованию ключевых идей. В связи с этим можно сделать вывод о том, что в рамках евразийства не было выработано единой непротиворечивой концепции, которая давала бы ответы на актуальные вопросы. Однако представляется несомненным, что такой потенциал заложен в саму евразийскую идею.

В связи с этим представляется целесообразным дальнейшее изучение социокультурного содержания концепции евразийства в рамках современной социокультурной ситуации в России.

Литература

1. П.Н. Савицкий. Евразийство как исторический замысел. <http://www.evrazia.org/modules.php?name=News&sid=802>
2. Н.С. Трубецкой. Взгляд на русскую историю не с Запада, а с Востока. // Классика геополитики, XX век: Сборник. – М.: АСТ, 2003, с. 201.
3. Н.С. Трубецкой. Мы и Другие// Мир России – Евразия: Антология. – М.: Высшая школа, 1995, с. 109.
4. А.В. Самохин. Исторический путь евразийства как идейно-политического течения// Альманах «Восток», №3 (15), март 2004. http://www.situation.ru/app/j_artp_316.htm
5. С.В. Лурье. Культурные константы, обобщенный сценарий и функционирование социокультурных систем. <http://svlourie.narod.ru/CultConsts.htm>
6. С. Жижек. Возвышенный объект идеологии. М.: Художественный журнал, 1999.

Социально- психологические вопросы культуры проведения свободного времени
молодежью

Жижин Сергей Викторович
студент

Московский государственный музыкальный педагогический институт

им. Ипполитова-Иванова, Россия

e-mail: zhizhin_sv@mail.ru

Жижина Мария Викторовна

Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, Россия

Кандидат педагогических наук,доцент

e-mail: zhizhina5@mail.ru

Проблема культуры свободного времени молодежи получила развитие в исследованиях таких ученых как Л. А. Акимовой, И.Б. Бестужева-Лады, А. И. Вишняка, В.И.Добренькова, Е.И. Дробинской, Г. Е. Зборовского, Г.П. Орлова, Э.В. Соколова, В.Т. Лисовский, В. Я. Суртаева, А.Б. Трегубова. В исследованиях Ю.Г. Волкова и В.И. Добренькова обнаружено, что на уровне досуговой самореализации российскую молодежную субкультуру отличают такие черты, как преимущественно развлекательно-рекреативная направленность, «вестернизация» культурных потребностей и интересов, приоритет потребительских ориентаций над креативными, слабая

индивидуализированность и избирательность культуры, внеинституциональная культурная самореализация, отсутствие этнокультурной самоидентификации [1]. По мнению В.Я. Суртаева стереотипами, тормозящими культурно-досуговую деятельность, являются такие факторы как: однообразие культурно-досуговой деятельности как следствие ограниченного выбора и привычки к этому однообразию; неразвитость вкусовых предпочтений; неизбирательность в потреблении культурных ценностей; навязанность тех или иных форм культурно-досуговой деятельности как доминирующих без учета направленности и интересов молодежи [2].

Наблюдающийся в последнее время рост социологических и социально-психологических исследований культурно-досуговой деятельности молодежи, на наш взгляд, связан со следующими обстоятельствами. Во-первых, организация оптимального досуга молодежи – это одно из приоритетных направлений государственной молодежной политики. Во-вторых, это связано с ролью досуга, которое он оказывает на формирование личности: известно, что деятельность на досуге может приводить к серьезным изменениям личности. В-третьих, с изменением содержания, структуры и направленности досуга, произошедшим под воздействием социокультурной трансформации в обществе, с появлением и увеличением числа информационных технологий. Наконец, в-четвертых, - с функциональной нагрузкой досуга (социализирующая, коммуникативная, воспитательная, развивающая, гедонистическая функции и т.п.) и с возможностями социализации и значимостью досуга для молодежи. Анализ литературных источников показал, что телевидение, радио, пресса, Интернет не только активно участвуют в формировании ценностей культурно-досуговой деятельности, но и одновременно являются заполнителем свободного времени.

В довольно широком спектре вопросов, рассматривающихся в контексте изучения культурно-досуговой деятельности молодежи, можно выделить две проблемы, которые отмечаются наиболее часто. Первая – это предоставленность молодежи самой себе, улице, среде масс-медиа. Вторая проблема – это намечающаяся тенденция «домашнивания» молодежного досуга. Последствия этого: пассивный досуг (проведение свободного времени перед телевизором и компьютером), обеднение духовной сферы, неразвитость коммуникативных навыков, конформизм и фанатизм, возникновение различных видов девиаций социального поведения и аддикций (компьютерная, Интернет-зависимость и т.п.).

Понятно, что при экстенсивном развитии исследований молодежной культуры на передний план выходит описание феноменов и первичная их типология. Более глубокие исследования, могут дать научную картину не только социально-психологических типов досуга (основой дифференциации могут явиться активность, разнообразие культурных потребностей личности, интересы, жизненные ориентации), но и раскрыть механизмы социально-психологических эффектов досуга во всем его разнообразии. И если максимально-негативные эффекты стихийно организуемого досуга могут проявляться в отклонениях социального поведения (аддикциях, девиантном, криминальном поведении), то, условно говоря, минимальные эффекты этого - нерациональное использование личного времени и созерцательно-развлекательные формы проведения досуга, которые могут проявляться в изменениях ценностной сферы личности, сужении круга интересов, увлечений, занятий.

Тот факт, что в настоящее время около 60% российской молодежи свободное от учебы и работы время посвящают прослушиванию музыки, просмотру видеоклипов и музыкально-развлекательных программ убедительно свидетельствует о том, что вопросы организации досуговой деятельности являются важным компонентом молодежной социальной политики. Полагаем, что одним из приоритетных направлений исследований в области психологии молодежной культуры может явиться изучение психологической культуры проведения свободного времени как компонента психологической культуры личности. Под психологической культурой личности в

нашем контексте мы понимаем уровень развития системы ценностей, интересов, предпочтений, направленность личности и широту ее культурных потребностей. Уровень психологической культуры личности в проведении досуга определяется не только факторами объективного плана (такими как возможность выбирать из ассортимента видов досуга, предоставляемых обществом; культурная микро и макросреда, характер социальных норм и т.д.), но и субъективными факторами (креативность мышления, критичность, самостоятельность, уровень социализации и т.д.). Как показывают эмпирические исследования, их сочетание позволяет молодому человеку не только противостоять негативным обстоятельствам и не поддаваться отрицательному влиянию социальной группы, но и подходить осмысленно к организации своего свободного времени, досуга, который будет способствовать успешной самоактуализации личности в различных сферах жизнедеятельности.

Литература

- Волков Ю.Г., Добренков В.И. и др. Социология молодежи. Ростов – Дон, 2001.
Суртаев В.Я. Социология молодежного досуга. СПб, 1998.

Дефиниция «юзер»

Жилкин Владимир Владимирович

Доцент, канд. филос. наук

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
Академия гуманитарного и социального образования, г. Тамбов, Россия

Одна из тенденций современного русского языка – его расширение за счет включения все новых слов, заимствованных из английского языка, так называемых, американизмов. Проникновение в лексикон заимствованных слов – явление не новое, однако масштабное замещение существующих в языке слов английскими аналогами – феномен конца XX - начала XXI века. Типичным примером может послужить слово «юзер» (*user*), вызывающее массу споров о целесообразности его применения в русском языке.

В русском языке существует слово «пользователь», которое до относительно недавнего времени в семантическом смысле имело скорее юридическое значение, подразумевающее, что кто-то обладает правом на что-либо, т.е. это лицо, у которого находится в пользовании, в эксплуатации какое-нибудь имущество [5,6]. Конец 80-х – начало 90-х годов ознаменовалось стремительным развитием индустрии ИКТ, популяризацией персонального компьютера, продолжающейся до сих пор. Если в СССР первые персональные компьютеры попадали как из стран бывшего социалистического лагеря, так и из западных стран, то к концу перестройки они стали приобретаться в Америке, странах западной Европы. Таким образом, первые отечественные пользователи персональных компьютеров работали с тем, что предлагал формирующийся рынок ИКТ: преимущественно англоязычное программное обеспечение, англоязычные литература по проблемам ИКТ, инструкции (*manual*), техническая поддержка и, соответственно, англоязычный сленг; заимствовалась и ассимилировалась символика, риторика, нормы, модели поведения, ценностные ориентации, свойственные западным пользователям ИКТ.

Отечественные первопроходцы ИКТ оказались в «эпицентре» формирующейся субкультуры. Очень показательным может быть контент-анализ полуформальных уставов всевозможных BBS (*Bulletin Board System*), FTN (*Fidonet Technology Network*), узлов (*Node*), конференций эх (*Echomail*), конференций сисопов (*SYSOP*), поинтов (*Point*), курсов молодых юзеров, ламеров и т.д., распространенных в 90-е годы в сети. Складывается ощущение, что одна из основных целей обозначенных сообществ – выстроить четкую иерархию, не допустить сокращения дистанции между членами разных «каст». Профессиональное становление пользователя ИКТ походило на жесткий естественный отбор, направленный на невозможность допуска «чужака» («чайника», «ламера») на территорию «посвященных» («гуру», «админов»). Исследования, проводимые автором в 1999-2007 годах, демонстрируют не только дистанцию профессиональную (квалификационную) среди пользователей, но и их эмоциональное отчуждение и даже враждебность [3,4].

Отечественные исследователи (Т.Е. Айгнина, Ю.С. Брановский, С.В. Бондаренко, Ю.С. Зубов, Н.В. Макарова, Т.А. Полякова, Н.А. Сляднева и др.), изучая проблемы информационной культуры, пользователей ИКТ, обращают особое внимание на специфику освоения акторами технологий межличностной коммуникации, социальной навигации и правил поведения в компьютерных сетях, особых социальных норм, ценностей и ролевых требований, существующих как в конкретных виртуальных сетевых сообществах, так и в социальной общности киберпространства в целом. Согласно Бондаренко С.В., процесс социализации в социальной реальности киберпространства подразумевает формирование у личности субъективной реальности киберпространства на

основе восприятия социальных мифов, связанных с его функционированием. Пользователь ИКТ сталкивается с альтернативными образцами мышления и поведения, усваивая при этом конкретные ролевые ориентации, нормативные модели социальных взаимодействий, получая навыки навигации в киберпространстве и взаимодействия с другими пользователями и с контентом; ощущая на себе действие механизмов социального контроля [1,2]. В условиях активно формируемого информационного общества, личность усваивает значимый для нее информационный опыт путем приобщения к информационному пространству (информационной инфраструктуре), системе информационных связей, одновременно преобразовывая этот опыт в собственные ценности, установки, ориентации, в личностную информационную культуру, что представляет собой сущность инфосоциализации [3].

Нам представляется, что стабильное сосуществование слова «пользователь» и неблагозвучного для русского слуха слова «юзер» в лексиконе обусловлено, прежде всего, семантической дифференциацией данных понятий. Дефиницию «пользователь» целесообразно употреблять в значении – пользователь современных технологий, в том числе ИКТ как держатель, обладатель, оператор заданного функционала (например, кассир в супермаркете, освоивший лишь ряд актуальных опций, что не подразумевает наличие у него юзеровской субкультуры); дефиницию «юзер» – профессиональный пользователь ИКТ, с соответствующим уровнем квалификации и готовностью к участию в инфокоммуникационном обмене, что подразумевает наличие у актора юзеровской субкультуры. Сама же юзеровская субкультура, в нашем понимании, представляет собой трансформированную социально-культурными процессами систему ценностей информационного общества, а так же специфические нормы и модели поведения, особую символику и риторику, присущую определенной группе людей, объединенных степенью приобщения к информационным потокам, информационным пространствам и информационно-коммуникационным технологиям [3].

Однозначно, что дефиниция «юзер» заслуживает особого внимания и включения в научный обиход, так как ее семантическое значение переросло отечественный некогда аналог «пользователь».

Литература

1. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост. ун-та, 2004. – 320 с.
2. Бондаренко С.В. Модель социализации пользователей в киберпространстве. / Технологии информационного общества - Интернет и современное общество: труды VI Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 3-6 ноября 2003 г. - СПб.: Издательство Филологического факультета СПбГУ, 2003. С. 5-7.
3. Жилкин В.В. Инфосоциализация в образовании. СПб.: Наука, 2007. – 192 с.
4. Жилкин В.В. Проблемы освоения современной информационной культуры. // Педагогическая информатика. – 2003. – № 3. – С. 3-8.
5. Советский энциклопедический словарь/ Под ред. А.Прохорова. – М.: Советская энциклопедия, 1987, с.1600.
6. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. (Репринтное издание). М., 2000.

Культурные транскоды современности
Жуменко Максим Игоревич

Динамика актуального социального поля диктует всем нам, а равно и каждому в отдельности свои нормы и порядки. Современная социальность развивается в несингулярном пространстве культурных кодов, уже утративших свою органичную связь с былой арифметикой человеческого бытия. Определенному размыванию, смазыванию подверглись психосоциальные референции ставшие привычным базисом общественной морали и соматических табуаций.

Современность, ее специфические черты, способы функционирования культуры в наши дни, то как она соотносится с предыдущим опытом человечества никогда не находило, да и не найдет, всеобъемлющего осмысления в социальной науке. Данная статья пытается предложить одну из возможных трактовок современного состояния культуры, тех насущных процессов, которые мы наблюдаем в наше непростое время.

Существует по сути два основных теоретических подхода по-разному осмысляющих проблему темпорального измерения человеческой истории. Время культуры, с первой из них представляется сплошным потоком физиобиологической информации создаваемой институтами власти, материальным обменом, кустарями и фабриками знания. С другой точки зрения, время культуры принципиально распадено, слоисто, и может быть уподоблено диапроектору заряженному стохастической последовательностью слайдов. Последний взгляд кажется нам более адекватным для культурсоциологического анализа.

Момент истины упомянутой концептуализации для нашего рассмотрения современной ситуации состоит в принципиальной возможности теоретической рекомпозиции социальных фактов в любом темпоральном слое. Референциальный базис, таким образом, может быть образован из самых разнообразных образцов, паттернов, артефактов, происходящих из самых несходных эпох, культур, наций. Если продолжить аналогию с диапозитивами, каждый пласт социальности подобен слайду, картинка на котором постоянно коллажируется из разрозненных кусочков разных изображений. Изначально индифферентные друг другу, грубо вырванные из предыдущей социальной мозаики, эти фрагментации социальных сил и потенциалов, приходят в состояние активной реакции. Катализация этого взаимодействия обусловлена первичным импульсом, под воздействием которого происходит разрыв времени, скачок к новому в культуре и социуме.

Чем же может быть вызван такой разрыв, не предполагающий в общем то никакой транзитивной модели, не вызывающий периода «ничьего времени»? По нашему мнению к этому приводит кумулятивный эффект культуры, который приводит к тому что через определенный отрезок времени накапливается критическая масса социального фактажа, под воздействием которой эпистемальная структура актуального мира не выдерживает и прорывается. В результате происходит спонтанное сложение новой тектоники социального. Естественно что новая композиция во многом вначале кажется повторяющей старый порядок, ввиду того что многое из старого наполнения остается, будучи сцепленным с определенными человеческими группами и индивидами. Однако это наполнение, будучи не затребуемым новым временем существует лишь как воспоминание, предыдущий слой палимпсеста, след ноги на пустынном берегу нового моря.

Единственный путь, которым паттерны прошлого приходят в последующие пласты культуры – насильственное вырывание их из собственной почвы и монтирование в соответствующую наново складываемую мозаику жизни. Перекодировка затрагивает все стороны человеческого бытования – бытования в мире, в индивидуальном срезе, в многообразии социального. По сути речь идет об определенном переформатировании окружающей среды, общественных связей, самого человека. Каждая из означенных сфер

имеет собственный код в каждое время X, однако все эти коды имеют общую основу, несут в себе доминантный код времени, определяющий его внутреннюю последовательность, логику развития и архитектуру смыслов.

Современный нам темпоральный слой, тот в котором мы живем, также имеет свои коды. Специфика в том, что глобализационные процессы и историко-археологические изыскания существенно расширили базис культурных кодов современности. Расширился, по сути, ассортимент смальты служащей материалом нашей мозаики. Путь, по которому пошло наше время, был ответом на вызов этого давления, и привел к созданию культурных *транскодов*. Под транскодом, в данном случае, мы понимаем способ сжатия, перестроения культурных кодов в более компактном виде. Каков механизм транскодировки? Нам представляется что такое сжатие происходит путем сокращения, выбрасывания присущих некоему паттерну деталей, лапидаризации того дискурса который образует его как элемент культуры.

Нам представляется, что существуют три базисных транскода в современной культуре, функционирующих и проявляющих свою специфичную действенность в трех обозначенных принципах бытия человека: среде, сознании, социальности.

Так, среда обитания человека на данный момент транскодируется в терминах урбанной тектоники, которая обуславливает и формирует любой ландшафт, будь то саванна, лес или горы, как городской квартал. Для сознания доминантным стал транскод рекламного сообщения. Сигнальные структуры сознания современного человека организованы подобно рекламной странице журнала, ряду биллбордов вдоль автомагистрали, блоку ТВ-роликов. Внутренняя связность текстуальной ткани разбивается на краткие сообщения, подобные рекламным. Артефакты культуры воспринимаются сквозь призму документальной популяристики, стиражированной ВВС, сюжет о Тадж-Махале похож на проспект турфирмы. Фигура рекламиста становится наиболее демоничным персонажем современности, способность которого продать вам что-угодно схожа с искусительной силой инкуба (или суккуба, что в общем то, почти одно и тоже ввиду разрушения стабильных гендерных референций).

И наконец, конфигурация социальных сетей приобрела вид паутины, продиктованный развитием информационных сетей. Естественно, что разрушение старых паттернов социального взаимодействия еще далеко не завершилось. Однако можно констатировать, что формирование новых происходит повсеместно на основе образцов, диктуемых всемирной паутиной.

Культурное многообразие и идея мультикультурализма в современном общества

Калинин Георгий Ясонович

аспирант

Белгородский государственный технологический университет им В.Г. Шухова,

г. Белгород, Россия

e-mail: georgekalinin@mail.ru

Мир многоцветен и разнообразен. Культурное многообразие – характерная черта человеческого общества, а также стимулятор цивилизации и прогресса. Следует уважать историю, культуру, социальный строй и модель развития каждой страны и признать многообразие мира. Неодинаковые культурные традиции и общественное устройство разных стран должны сохраняться, народы разных стран в процессе конкуренции и сравнения могут перенимать друг у друга полезное. Культурное многообразие – это не только и не столько этническое разнообразие. Это разнообразие жизненных стилей, культурных ориентаций и культурных тенденций. Культурный плюрализм состоит не в параллельном существовании автономных “идентичностей”, а в их взаимодействии, что предполагает как их взаимное проникновение, так и взаимную трансформацию.

По нашему мнению, история человечества имеет будущее только в условиях диалога между культурами.

На наш взгляд, реальное содержание мультикультурализма заключается в осуществлении диалога культур, возможности которого открываются при ориентации на принцип толерантности и позволяют надеяться на разрешение определенных аспектов планетарного кризиса уже сегодня. Мультикультурализм есть, по сути дела, теория и практика такого диалога, направленная на поиск путей его интенсификации.

Каким образом государства могут расширить возможности для проявления культурного многообразия? Первостепенное значение имеют демократия, справедливое развитие и согласованность деятельности государственных органов. Но, кроме этого, необходимо также проводить политику мультикультурализма, включающую недвусмысленное признание культурных различий. На наш взгляд, политика мультикультурализма не только желательна, но также реально осуществима и необходима. Ведь индивиды имеют разные и взаимно дополняющие друг друга идентичности, и культуры не являются чем-то статичным и непрерывно эволюционируют, следовательно, признание культурных различий может способствовать достижению равноправия.

Несмотря на то, что проведение политики мультикультурализма должно носить комплексный характер и учитывать баланс между признанием культур, с одной стороны, и обеспечением единства государства, с другой, успешное решение этой проблемы все же возможно. Многие государства смогли учесть интересы различных групп и расширили их культурные свободы без ущерба для своего единства и территориальной целостности (например, Малайзия и Швейцария, конституционно признают множественную идентичность; Индия и Испания провозглашают единую национальную самобытность, но признают плюралистический характер их многоликих обществ – к примеру, наличие различных лингвистических групп). Политические меры, направленные на уменьшение исключённости и снижение риска политических конфликтов на почве самобытности культуры, во многих случаях предотвращали или помогали урегулировать острые столкновения. Политика мультикультурализма также укрепляла потенциал государств и содействовала социальной гармонии, поощряя многообразные и взаимодополняющие виды самобытности культур. Целью политики мультикультурализма является не хранение традиций, а защита культурной свободы и расширение свободы выбора – образа их жизни и самосознания, – таким образом, чтобы людям не пришлось пострадать из-за сделанного выбора.

В общезначимом контексте мультикультурализм поднимает проблему взаимодействия культуры большинства и культуры привносимой извне, проблему комплексных коллективных идентичностей, проблему культурной толерантности и культурного диалога в контексте глобализации. По всем этим проблемам он предлагает вполне рациональные решения. Быть терпимым ко всем культурным традициям взаимовыгодно, утверждают теоретики мультикультурализма.

Стратегия мультикультурализма в условиях глобализации должна опираться на четыре принципа:

- защита традиций может оказывать сдерживающее воздействие на развитие человека;
- необходимо уважать существующие различия и многообразие;
- многообразие процветает во взаимозависимом мире, где идентичность людей множественна и взаимодополняема и где они чувствуют себя частью не только местной общины и своей страны, но и всего человечества;
- по мере уменьшения диспропорций и неравенства в экономической и политической областях уменьшается и угроза культуре более бедных и слабых сообществ.

На наш взгляд, политика мультикультурализма касается не только признания различных систем ценностей и культурных обычаев внутри общества, но этот подход состоит также в формировании общей приверженности основополагающим, безусловным

ценностям, таким, как права человека, верховенство закона, гендерное равенство, многообразие и толерантность. В то же время, мультикультурализм даёт только умеренные по своему воздействию инструменты политики. Он может снижать напряженность, но не снимает проблему насилия и обеспечения безопасности общества или государства.

Социализация детей младшего школьного возраста посредством чтения

Колосова Елена Андреевна

соискатель

Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

E-mail: the_shmiga@mail.ru

Своеобразие отношения детей младшего школьного возраста к книге требует особой системы воспитания читателя. Эмоциональная заинтересованность к книге возникает у ребенка, как правило, когда он при чтении не только переживает действия и поступки героев, но и начинает чувствовать своеобразие конкретного образа, лишь ему присущие особенности³.

Сегодня меняется отношение детей и подростков ко всему комплексу медиа - периодике, телевидению, радио, а также к мультимедиа и Интернету. "Уходит" та часть подросткового чтения, которое было "для души" и, вероятно, для самообразования. Теперь можно говорить о том, что происходит частичное "замещение" книжной культуры "визуальной"⁴.

Чтение оказывается одним из чувствительных социальных индикаторов, отображающих изменения в образе жизни и новых коммуникативных привычках и способах поведения детей. Неоспорима роль семьи в формировании отношения к книге у детей младшего школьного возраста, к чтению в целом, дополнительному (учебники), самообразовательному (развивающая литература) в частности. Книжки дети младшего школьного возраста, как правило, берут в домашней библиотеке, состав которой отражает вкус, род профессиональных занятий и любительских интересов нередко нескольких поколений, и в свою очередь определяет не только отношение к книге, но и круг чтения ребенка на достаточно долгий период.

Тематика читательских интересов современных школьников выявлена в ходе вторичного анализа данных всероссийского исследования 2001-2002 гг., организованного РГДБ в 7 областных и краевых центрах России⁵, в 14 городах и 38 посёлках, сёлах, деревнях и хуторах этих регионов. Было опрошено 1503 школьника в возрасте от 6 до 15 лет (Исследование №1).

Опрос, проведенный весной 2001 г.⁶ в Иваново, Мурманске, Рязани, Смоленске, Твери и в некоторых районах Московской области (опрошено 594 школьника – Исследование №2), также дает достаточно интересные показатели в отношении жанрово-тематического разнообразия круга реального чтения школьников.

Если попробовать обобщить данные в отношении гендерных предпочтений, получаем следующее: народным сказкам большее предпочтение отдают девочки, а богатырские сказки и былины пользуются большим успехом у мальчиков. Классику

³ Беленькая Л. Ребенок и книга.//Я вхожу в мир искусств. - 2005, №3. - С. 69-72

⁴ Чудинова В.П. Чтение «компьютерных мальчиков»; результаты исследования// <http://new.teacher.fio.ru/news.php?n=29037&c=1811>

⁵ Владимир, Брянск, Москва, Самара, Саратов, Ставрополь, Тамбов

⁶ Иваново, Мурманск, Рязань, Смоленск, Тверь

отечественной литературы в большинстве своем называли девочки (в 2-3 раза чаще, чем мальчики). Книги про войну больше упоминаются читателями женского пола, а вот фантастика интересна в большинстве своем мальчикам, но есть авторы привлекательные и для девочек.

Энциклопедии и справочная литература пользуется большим успехом у девочек, хотя в целом количество выборов свидетельствует о том, что дети обоего пола заинтересованы в получении дополнительной справочной информации по интересующим их вопросам.

Обнаруженная пестрота читательских предпочтений отчасти обусловлена, отчасти поддержана разнообразием современной издательской продукции. Наблюдается процесс индивидуализации читательских интересов, а также более тонкого определения или поиска своего читательского «сектора». В книжных предпочтениях наблюдаются региональные отличия, в первую очередь они могут быть обусловлены уровнем развития издательского дела в конкретной местности, книжной торговли, наполнения библиотечных фондов и т.п.

В период школьного обучения учителя активно продолжают начатую родителями традицию формирования разного типа поведения у мальчиков и девочек, исходя из утвердившихся гендерных стереотипов.

Сочетание количественного пересчета и качественного, смыслового и содержательного анализов учебников по математике и русскому языку для учащихся младших классов позволяет нам сделать вывод о наличии в текстах клише, соответствующих гендерным стереотипам распределения ролей в семье и ожиданий от детей разного пола. В проанализированных учебниках мужской профессиональный мир представляется детям, наполненным отвагой, смелостью, желанием защищать родину, а женский связан в первую очередь с трудом направленным на оказание социальных услуг, так называемый социальный сервис. Совместные действия людей двух полов в трудовой деятельности связаны со строительством и творческими профессиями.

На наш взгляд, дети, обучающиеся по таким учебникам, усваивают не только азы математики или русского языка, но и получают установки сегрегации социальных сфер и доминирования мужского пространства. Эта функция языка учебников является латентной, но очевидно, что авторы учебных пособий не ставили данную цель перед собой намеренно. Как носители стереотипов мышления авторы лишь воспроизвели существующие в русском языке типизированные андроцентрические акценты, которые укоренены в сознании взрослых.

Детская развивающая литература, как и детские учебники, являются каналами трансляции и формирования социокультурных стереотипов. Важным отличием двух этих источников информации является то, что в силу многократных переизданий и обновлений учебники в большей степени отражают тенденции современного мира, в отличие от развивающей литературы, в которой есть элемент законсервированности. Так тенденция к ослаблению гендерных стереотипов гораздо четче прослеживается в учебниках, нежели в развивающей литературе.

Через чтение постепенно происходит приобщение к информации, образованию, культуре. Детское чтение, осуществляя такие социальные функции как информационная, образовательная, воспитательная, коммуникативная, досуговая, стремится к достижению основной цели социализации, а именно усвоение человеческим индивидом определенной системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему функционировать в качестве полноценного члена общества.

Литература

1. Беленькая Л. Ребенок и книга. // Я вхожу в мир искусств. – М., 2005, №3. -137 с.
2. Голубева Е.И. Что предпочитают читать наши дети/РГДБ/Исследования детского чтения// www.rgdb.ru/research/cicle4.asp

3. Чтение детей и подростков в конце XX века/По материалам региональных исследований библиотек. - М.,1999. - 102 с.
4. Чудинова В.П. Чтение «компьютерных мальчиков»; результаты исследования// <http://new.teacher.fio.ru/news.php?n=29037&c=1811>

Источники:

1. М.И.Моро, М.А.Бантова, Г.А.Бельтюкова Математика. Учебник для 3 класса трехлетней начальной школы в 2 ч. – М.: Просвещение, 1996.
2. Т. Г. Рамзаева Русский язык. Учебники для 2,3 классов. – М.,1993.
3. Энциклопедия для девочек/Сост. В.М. Воскобойников, А.П. Ефремов. – Спб.: ТОО «РЕСПЕКТ», 1995, 528 с.
4. Энциклопедия для мальчиков/Сост. М.В. Бенякова, И.Н. Крайнева. – Спб.: ТОО «РЕСПЕКТ», 1994, 441 с.
5. Энциклопедия для маленьких принцесс. – Спб.: ТОО «Диамант», 1995, 543 с.
6. Настольная книга для мальчиков. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000, 320 с

Формирование экологической культуры населения (на примере курской АЭС)

Лоторева Екатерина Васильевна⁷
аспирант

Курский государственный технический университет, Курск, Россия

E-mail: katerina_email@mail.ru

Атомная энергетика, как никакая другая отрасль экономики страны, вопросам экологии придает первостепенное значение, при котором требования охраны окружающей среды включаются в сам процесс производственной деятельности. Интенсивная эксплуатация природных ресурсов, приближающееся истощение запасов природных богатств ставит человечество перед выбором новых источников энергии. Мировое сообщество считает атомную энергетiku наиболее эффективной на сегодняшний день и экологически чистой, во многих странах предусмотрено ее опережающее развитие. Поэтому так важна проблема формирования экологической проблемы населения.

Процесс формирования экологической культуры и экологизации сознания связан с повышением общекультурного уровня современного общества. Жизненно важно становление индивидуального самосознания отдельного человека, воспринимающего современное экологическое положение как свое собственное. Выход из экологически затруднительного положения предполагает модификацию отношения к миру со стороны каждого человека, его соучастие в духовном творческом процессе — формировании экологически позитивного отношения к природе. Именно поэтому существует острая необходимость в концептуальном анализе экологической культуры, экологического сознания и поведения.

Формирование экологической культуры рассматривается как сложный, многоаспектный, длительный процесс утверждения в образе мышления, чувств и поведения жителей вблизи атомной станции:

- личной ответственности перед обществом за создание и сохранение благоприятной окружающей среды;
- осознанного выполнения экологических правил и требований.

Формирование экологической культуры отражает интересы и запросы всех жителей Курской области и в частности города Курчатова, где располагается атомная станция, и поэтому важно усилить эту работу:

⁷ Автор выражает признательность доктору философских наук П.Ф. Кравчук за помощь в подготовке тезисов.

- в экологическом просвещении;
- в дошкольном, школьном и внешкольном экологическом образовании;
- в профессиональной переподготовке и повышения квалификации руководителей и специалистов, ответственных за принятие решений в области природопользования, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности населения;
- в непрерывной и целеустремленной работе на всех уровнях и структурах исполнительной и законодательной власти по выработке экономического механизма и нормативно-правовой базы в области природопользования, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности населения;
- в распространении экологических знаний;
- в улучшении условий проживания нынешнего и будущего поколений;
- в обеспечении спокойствия и уверенности за здоровье населения, вследствие уменьшения уровня воздействия радиации на городскую среду.

Экологическая культура формируется на протяжении всей жизни человека и, прежде всего, в системе образования, а также в трудовых коллективах и по месту жительства.

Важными социальными институтами воспитания экологической культуры являются традиционные российские религиозные конфессии, а также средства массовой информации и реклама, которые просто обязаны быть экологически ответственными.

Экологическое просвещение, в том числе информирование жителей города о законодательстве в области охраны окружающей среды и экологической безопасности, осуществляется органами государственной власти органами местного самоуправления, общественными объединениями, средствами массовой информации, а также образовательными учреждениями и учреждениями культуры, иными юридическими лицами.

Экологическое воспитание начинается с самого раннего детства, когда формируются нормы поведения и привычки ребенка. Здесь особенно важное значение имеет позиция семьи, детских учреждений, детской литературы и искусства, телевидения и главное - практика привлечения детей к уходу за растениями и животными, воспитанию ответственности за чистоту окружающей территории.

Экологическое просвещение мы рассматриваем как важнейший аспект информационной политики Курской АЭС. Упор в работе с общественностью делается на работу с молодежью, учащимися школ и лицеев, студентами колледжей и вузов, работающего населения. Вот уже на протяжении многих лет в начале учебного года совместно с информационно-аналитическим центром Курской АЭС проводятся экскурсии на атомную станцию для учителей и учащихся, открытые уроки экологических знаний, учебные семинары, олимпиады, конкурсы, экологические недели, круглые столы. К этой работе привлекаются специалисты станции, ветераны КуАЭС.

В рамках повышения экологической сознательности и развития экологической ответственности образа жизни граждан Курской АЭС проводится: пропаганда бережного отношения к использованию водных и земельных ресурсов города, зеленых насаждений и особо охраняемых природных территорий; акции и мероприятия, побуждающие к консолидации жителей города вокруг проблем улучшения и сохранения окружающей среды; повышение квалификации специалистов в области экологического образования; воспитание у старшего поколения экологического мировоззрения путем общения с младшим поколением и наоборот; подготовка и создание информационных материалов и средств наглядной агитации для распространения среди населения; изготовление видеороликов, радиопрограмм и их размещение в СМИ.

Ритуальные практики в субкультуре детских домов

Образцова Наталия Игоревна⁸
студент

Новокузнецкий филиал-институт Кемеровского государственного университета

E-mail: obrazcova-natali@mail.ru

Согласно официальной статистике на 2004 год в России насчитывается более 675 тысяч детей-сирот. Количество детей, растущих вне семейных условий, на сегодняшний день превышает численность сирот, оставшихся без родителей после Первой и Второй мировых войн, и составляет до 3,2% детской популяции страны (Астоянц, 2006). У детей, воспитывающихся в учреждении, нет опыта сотрудничества, совместной деятельности с другими детьми и взрослыми. Дети без родителей делят мир на «своих» и «чужих», на «мы», и «они», такая направленность деятельности только подкрепляет это разделение (Иванов, 2004). Достаточно посмотреть, как играют детдомовцы. По существу им доступны только простейшие игры – манипуляции, характерные для детей 2-3 лет. Следовательно, у таких детей не сформированы те элементы субкультуры, которые дают «вектор» мотивации, ориентации на построение будущей жизни.

Исследовав субкультуру детей, воспитывающихся в детском доме, используя методы экспертного опроса и не включенного системного наблюдения за детдомовцами, мы выявили:

- характерные черты детдомовской субкультуры;
- как изменяется субкультура детства воспитанников детских домов закрытого и открытого типов, в отличии от субкультуры детей, воспитывающихся в семье;
- существующие различия между субкультурами детей, воспитывающихся в детских домах закрытого типа, и детей, воспитывающихся в детских домах открытого типа.

Проведенное исследование показало, что:

- воспитанницы детских домов испытывают сложности в ролевых играх, таких как «игра в хозяйку», «игра в семью», «дочки-матери». Однако воспитание в детских домах семейного (открытого) типа значительно улучшает данную ситуацию. У детей возникают представления о материнских и семейных отношениях;
- дети не имеют собственного, отдельного от других пространства, что является серьезной психологической проблемой. В данном случае особенно страдают коммуникативные способности девочек. Особенно ярко это проявляется у девочек, воспитывающихся в детских домах закрытого типа;
- существуют трудности в коммуникации воспитанников детских домов к своим сверстникам из семей, т.к. существует зависть, ненависть и потребительское отношение к последним. Особенно трудно дается обряд рукопожатия для мальчиков из детских домов со сверстниками из семей, т.к. почти ко всем людям детдомовцы относятся с опаской;
- воспитанники из детского дома начинают жить по принципу «выживает сильнейший». Именно поэтому они не могут играть в коллективные игры по правилам. Агрессия свойственна всем воспитанникам детских домов, независимо от пола и возраста;
- в субкультуре детдомов существует феномен «стайности», который проявляется в одежде, разговоре и поведении;
- среди воспитанников детских домов существует раннее проявление сексуальности, что говорит о низкой моральной базе этих детей.

⁸ Автор выражает признательность доценту, канд. фил. наук Ракитных М.Б. и ст. препод. Решиковой И.П., за помощь в подготовке тезисов.

На наш взгляд, более целесообразно было бы создавать в стране детские дома семейного типа. При этом следует создавать в них такие условия, при которых более взрослые дети из одной семьи будут заботиться о младших детях - это воспитывает детей более самостоятельными и ответственными, а также дает детям представление об отношениях в семье. Также следует ввести в детские дома семейное воспитание и обучение детей грамотному составлению семейного бюджета, что будет способствовать нормальной социализации детей.

Литература

1. Астоянц М.С. Социализация детей-сирот: новая перспектива / Режим доступа: Официальный сайт РГПУ. http://rspu.edu.ru/university/pednauka/1_2006/03astoyans.htm
2. Борисов, С. Б. Морфология и генезис девичьей составляющей современной неофициальной детско-подростковой культуры / Режим доступа: Официальный сайт Тартуского Университета . <http://www.ruthenia.ru/folklore/borisov8.htm>
3. Воронов В. (2004) Что нужно знать о молодежной субкультуре // Социс, №1.
4. Иванова Н. (2004) О детской субкультуре // Дошкольное воспитание. №4.
5. Кудрявцева В. Т. (1999) Социальный и психологический смысл явлений детской субкультуры // Журнал прикладной психологии. №1.
6. Кузнецов Т. Ю. (2003) Социальные стереотипы восприятия выпускников детских домов // Социс. № 11.
7. Прихожан А. М., Толстых Н.Н. (2005) Психология сиротства / Под ред. Е. Строгонова. СПб.: Питер. 2005.
8. Щепанская, Т.Б. Традиции городских субкультур / Режим доступа: Информационный сайт Щепанская Т.Б. <http://poehaly.narod.ru/you-kniga2.html>

Об актуальности исследования феномена социального недоверия в современном российском обществе

Окулова П.А.

Аспирант кафедры теории и истории социологии

Уральский государственный университет им. А. М. Горького, факультет политологии и социологии, г. Екатеринбург, Россия

E-mail: Pauline1984@mail.ru

Проблема доверия привлекла социологов достаточно давно и является одной из знаковых в социологии, поскольку данный социальный феномен лежит в основе любых социальных отношений, на любом уровне: будь то межличностные отношения, отношения между социальными организациями, социальными институтами. Но в последние годы на поверхность вышла необходимость изучения феномена, обратного по отношению к феномену социального доверия, а именно, феномена социального недоверия. Во многом именно благодаря недоверию социальное доверие стало актуальным для изучения. Вместе с тем именно анализ недоверия вызывает наибольшее количество трудностей и противоречий. Углубление социальной дифференциации как одного из наиболее актуальных процессов современности усиливает потребность в изучении недоверия. Проблематика недоверия выдвигается на передний план как проблема, сопряженная с риском. По замечаниям некоторых социологов, с каждым годом условий для поддержания доверия становится все меньше. В последние несколько лет проблематика недоверия перешла из теоретической в актуальную практическую проблему, присутствующую практически во всех сторонах современной жизни - в политике, экономике, обществе и т.д.

Особенно актуальным это изучение является для России, поскольку за последние двадцать лет гражданам нашего государства пришлось пережить не одно потрясение, приходилось быть не раз обманутыми – резкий переход к рынку спровоцировал бешеный рост цен, банкротство многих предприятий, обесценивание вкладов граждан, рост числа финансовых пирамид, которые были построены на обмане и вымогательстве денег у населения и т.д. Все это воспринималось и воспринимается как обман, после которого доверять не только государству и правительству, но и ближайшим соседям становится невероятно трудно.

Значимость феномена социального недоверия в истории и современности неоспорима. Данный феномен нуждается в глубоком изучении особенно сейчас, когда в нашей стране происходит этап восстановления всей социальной системы и, по оценке многих экспертов (например, Фукуямы, Травина, Скрипкиной, Кертмана, Зинченко и др.), нашему обществу не хватает такого ценного ресурса как доверие. Отсутствие доверия существенно тормозит процесс развития российского общества, его восстановления. При анализе данной ситуации возникает вопрос: неужели в нашем обществе произошла подмена? Социальное доверие как ресурс для развития общества было подменено социальным недоверием? Необходимо выяснить, что является причиной появления социального недоверия, какие функции он в себе несет, каких видов бывает и как функционирует в нашем обществе. Это одна из самых актуальных для современного российского общества, но малоизученных проблем социальной теории.

Рассмотрение недоверия очень часто ограничивалось рассмотрением его дисфункциональных аспектов. Оно рассматривалось как второстепенное по важности и чисто негативное явление по отношению к феномену доверия. Указывалось на сопровождающие его издержки, чувство разочарования, недовольства, пессимизм, подозрительность, закрытость, одиночество, агрессивность, нетерпимость и т.д. Следует отметить, что именно социологи первыми обратили внимание на такой аспект социального недоверия как его возможность снижать уровень риска, выставляя “охранительные барьеры”. А этот аспект нельзя назвать малозначительным особенно относительно ситуации в современном российском обществе.

Опыт развития нашей страны (особенно это касается переходного периода, который начался примерно в середине 1980-х годов, и с точки зрения некоторых обществоведов продолжается до сих пор) очень ярко продемонстрировал нам, как недоверие явилось толчком для социальных изменений российском обществе и преобладающей характеристикой массового сознания в современной России. В пиковые годы кризиса (1990-е) принцип недоверия сработал на руку, помог выжить тем, кто не поддался мощному влиянию средств массовой информации и общим настроениям “быстрой наживы” и не стал вкладывать свои последние сбережения в такие сомнительные предприятия как финансовые пирамиды. Те, кто был доверчив, не раздумывал о надежности данных предприятий, не утруждал себя проверкой и поиском всей необходимой информации о финансовой пирамиде, тот и прогорел, потерял все свои сбережения.

Очень часто в повседневной жизни можно встретить такие формулировки: “я не доверяю...” или “я не верю...” (что по сути одно и то же). Не доверяют очень многим вещам и особенно людям: президенту, правительству, соседям, той или иной марке, рекламе, банкам, представителям той или иной национальности, мужу/жене, родственникам, коллегам, начальству, бухгалтеру, который насчитывает зарплату и т.д.

Можно сказать, что в нашей стране сформировалась и существует своеобразная культура недоверия, которая нуждается в тщательном изучении. Исторически феномен недоверия рассматривался негативно. Неужели путь развития нашей страны настолько иной, что традиционное доверие не может “прижиться” в нашей стране? Или культура недоверия – это характеристика лишь переходного этапа, своеобразная защитная реакция, как для отдельного индивида, так и для отдельно взятых социальных групп? Не будет ли

такое тотальное недоверие тормозит развитие нашей страны? А может быть уже тормозит, не дает окончательно выйти из кризиса?

Таким образом, сейчас нам необходима выработка теории социального недоверия, которая позволила бы нам, во-первых, разобраться с самим феноменом социального недоверия, а также изучить культуру социального недоверия, сложившуюся в нашем обществе, во-вторых, выявить историческое своеобразие проявления недоверия в современном российском обществе, и, в-третьих, определить функциональную необходимость существования данного феномена в нашем обществе и культуре.

Литература:

1. Зинченко В. П. Психология доверия // Философия, общество, культура, 1998, №7, С. 7-15.
2. Кертман. Г. (2006) Межличностное доверие в России // Социальная реальность, №4, С. 23-32.
3. Скрипкина Т. П. (1999) Взаимодействие как основание межличностных взаимодействий // Вопросы психологии, №5, С. 16-22.
4. Скрипкина Т. П. (2000) Психология доверия. М.
5. Травин Д. Очаги доверия в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/fukuyama-doverie-a.htm> (16.03.2007).
6. Фукуяма Ф. (2004) Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. М.

Самопрезентация через визуальные образы в Интернет

Онипко Анна Александровна

Студент

Уральский государственный университет им. А.М. Горького, факультет политологии и социологии, Екатеринбург, Россия

rado99@yandex.ru

Термин «самопрезентация», как правило, используется как «синоним управления впечатлением для обозначения многочисленных стратегий и техник, применяемых индивидом при создании и контроле своего внешнего имиджа и впечатления о себе, которые он демонстрирует окружающим...» (Е.В.Михайлова, 2007).

Р. Аккин и А. Шутц рассматривают самопрезентацию как «поведенческую реализацию мотивации достижения или избегания неудач» (Е.В.Михайлова, 2007). И. Гоффман определял самопрезентацию как «театральный акт» (И. Гоффман, 2000).

Самопрезентация — это процесс, посредством которого человек старается сформировать у других людей впечатления о самом себе.

Итак, можно сказать, что самопрезентация складывается из трех составляющих: 1) тот, кто самопрезентуется; 2) тот, кому самопрезентуются; 3) самопрезентация как таковая.

Этот третий элемент самопрезентации может быть как раз и представлен в виде некоего визуального образа. То есть, сам визуальный объект, выражая черты, характер, поведение, социальные характеристики того, кто самопрезентируется, по сути уже начинает существовать как особая реальность. В этом смысле этот визуальный образ может быть намного ближе к виртуальной личности, чем к реальной. Следует отметить, что реальная личность и виртуальная (представление себя в виртуальной коммуникации) могут существенно отличаться. Отсюда возникает ряд вопросов, связанных вообще с особенностями виртуальной коммуникации, а также с характеристиками визуального образа как такового, его самопрезентирующими возможностями в виртуальном пространстве.

Интернет - среда по сути своей неоднородная, образованная различными социальными средами. Особенности Интернета по сравнению с реальным социальным миром являются: 1) невидимость субъекта коммуникации как реального человека; 2)

анонимность, невидимость и безопасность; 3) слабая регламентированность поведения; 4) разнообразие сред общения, видов деятельности и способов самопрезентации. Человек может проявлять определенную свободу как в средствах общения, в выражении мнения, так и в самопрезентации. Здесь имеется в виду то, что самопрезентация в реальности всегда так или иначе ограничена такими характеристиками человека, как пол, возраст, внешность и т.п. А такая характеристика виртуального мира как невидимость дает возможность изменения внешнего облика и, соответственно, возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе. Отсюда основная особенность виртуальной самопрезентации, которая признается большинством исследователей - это возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе (Becker, 1997, Reid, 1994). Изменение внешнего облика может выражаться в виртуальной «смене пола», изменении возраста, каких-либо черт внешности. Все это может быть выражено и через визуальный образ.

Как уже отмечалось визуальный образ, воспринятый как некий текст, может дать исследователю информацию о том, как человек воспринимает самого себя и каким он хочет, чтобы его видели другие. Все эти аспекты, но уже проявленные в виртуальном контексте дополняются еще и сферой так называемого «реального (данного) и желаемого». Ведь анонимность Интернет-коммуникации дает возможность формировать абсолютно любой свой образ, создавать идентичность и самопрезентацию по своему выбору. Хотя нельзя исключать и тот факт, что виртуальная информация о себе различного рода, в том числе и визуальная, может во многом совпадать с реальной личностью, с ее реальной идентификацией.

Самопрезентация в Интернет через визуальные образы очень распространена. Прежде всего, это фотографии, которые размещают на сайтах знакомств, на различных сайтах типа «одноклассники», «свой круг» и т.п. Здесь важным моментом является то, что если в Интернет размещаются какие-либо фотографии и возможен общий к ним доступ, то скорее всего эти визуальные образы как раз таки и предназначены для других. В этом смысле – это и есть самопрезентация. Подобные сайты позволяют создавать целые альбомы, доступные для просмотра другим пользователям. В данном случае как объект анализа может выступать целый «фоторяд». И, как уже отмечалось выше, эти иллюстрации будут отражать не только внешность человека, но и его интересы, ценности, возможно, также социальное окружение, социальное положение и т.п. То есть эти материалы можно анализировать при помощи методов, уже разработанных визуальной социологией. Но в подобных исследованиях важно всегда учитывать то свойство, которое можно обозначить как свойство «виртуальности». Оно заключается в том, что иллюстрации подобраны по желанию. Кроме того, реальная личность может быть и недоступна для исследователя. Но это отнюдь не означает ограничений подобных исследований. Это скорее можно обозначит как их специфику. К тому же можно сказать, что сама виртуальная реальность, виртуальная коммуникация уже входит в сферу исследования социологии, и анализ именно визуальных аспектов лишь расширит и дополнит эту область. Это сфера анализа личности, различных процессов взаимодействия в так называемом информационном обществе.

Вход в виртуальное пространство, в виртуальную коммуникацию - это все равно, что знакомство с новым для себя сообществом, новым миром. Отсюда перед человеком встает потребность как-то представить себя другим – самопрезентироваться. В Интернет это можно сделать, прежде всего, через визуальные образы. Но все же «виртуальность» так или иначе взаимосвязана с реальностью, и в частности то, как человек «ставит» себя в реальном социальном мире, может влиять и на его виртуальную самопрезентацию и наоборот. Таким образом, это раскрывает еще один аспект исследования самопрезентации через визуальные образы в Интернет.

Визуальная виртуальная самопрезентация может быть очень разнообразной, многогранной, изменчивой. Здесь есть возможность проявлять все возможные (потенциальные) стороны личности – некой множественности «Я», что очень сложно

делать в реальной жизни. Это отражает в чем-то динамичность и множественность современного мира. В этом смысле проблемы, связанные с самим феноменом виртуальной самопрезентации, так и с её воплощением через визуальные образы представляются достаточно интересными и актуальными для исследования в рамках современной социологии.

Источники:

1. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. — М., 2000
2. Михайлова Е.В. Самопрезентация. Теории, исследования, тренинг. СПб, 2007
3. Becker, V. To be in touch or not? Some remarks on communication in virtual environments. 1997. <http://duplox.w2-berlin.de/docs/panel/becker.html>
4. Reid, Elizabeth M. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities. 1994. <http://fun91.kivikko.hoas.fi/~donwulff/irc/cult-form.html>

Постмодерн как мифология и мифология постмодерна

Палькова Валентина Сергеевна

аспирант

Саратовский государственный технический университет

факультет управления социальными системами кафедры «Культурология»

г. Саратов Россия

электронная почта primat@sstu.ru, valentinakz@list.ru

В представленной работе автор делает попытку анализа мифологии о культуре постмодерна и постмодернистской мифологии. Мифы о культуре постмодерна создали такие авторы, как Р. Барт, Ж.-Ф. Лиотар, Ф. Фукуяма.

Миф 1 о конце истории Ф. Фукуяма в статье «Конец истории?», отталкиваясь от марксистской теории (согласно которой общество, достигнув стадии коммунизма, прекратит дальнейшее развитие), определяет либерализм как последнюю стадию исторического развития. Конец истории наступил в странах Запада, где данная форма государственного устройства построена, т.к. по словам исследователя, в дальнейшем данная форма государства будет воспроизводить саму себя. «В постисторический период нет ни искусства, ни философии; есть лишь тщательно оберегаемый музей человеческой истории». [Фукуяма, с. 148] Провозглашенный «конец истории», является не чем иным, как мифом; исторический опыт на примере марксизма давно доказал, что история не останавливается на какой-то определённой стадии, но продолжается. Застывание движения типично для периодов выхода из кризиса. В нашем случае, это кризис постмодернистской культуры. Пограничное состояние культуры при переходе от одной формы устройства общества к другой порождает ощущение нестабильности. Если рассматривать историю искусства с позиций таких категорий, как движение и развитие, то можно отметить, что движения как такового в культуре постмодерна не заметно, можно только наблюдать его развитие, разрастание вширь, но не движение вперёд. Искусство авангарда в начале века сделало заявку на принципиально новое искусство, которое в настоящий момент находится на стадии развития, но какого-либо заметного движения в культуре нет, его можно идентифицировать на микроуровне – элитарной культуры. Интересы к постмодернистскому искусству со стороны массовой культуры нет, поскольку оно (искусство) остаётся непонятым большинству. Художники создают такие проекты,

замысел которых не всегда ясен зрителям. Причём, это совершается автором намеренно, для привлечения внимания к собственной персоне.

Миф 2 о «смыслах пост» Ж.-Ф. Лиотара выражает ту же идею о завершении развития искусства. Постмодерн, следующий за модерном («modern» в переводе с английского – «современный»), объявляется постсовременным искусством, ничего нового не предвещающим. Приставка пост выражает идею о последней стадии культурного развития: «...приставка «пост» в слове «постмодерн», понятая подобным образом, обозначает не движение типа come back, flash back, feed back, т.е. движение повторения, но некий «ана-процесс», процесс анализа, анамнеза, аналогии и анаморфозы, который перерабатывает нечто “первозабытое”». [Лиотар, с. 66] Преемственность/повторение, характерное для современной культуры, не выражается в некой переработке «первозабытого», поэтому предположение Лиотара также является мифологичным. В культуре происходит не повторение, но потребление различных элементов, заимствованных из предшествующих стилей и периодов. Постмодерн, следуя принципам современного общества потребления, отражает их в новых видах искусства. Завершение движения культуры на стадии постмодерна и преемственность – миф, созданный Ж.-Ф. Лиотаром. На стадии постмодерна нет не развития, но движения, поэтому изменения в культуре заметны только в масштабе.

Миф 3 о «смерти автора» Ролана Барта появляется в результате работы структурализма с текстом. Текст представляет собой многомерное пространство, составленное из цитат, отсылающих ко многим культурным источникам: нет такого элемента текста, который мог бы быть порождён «лично» и непосредственно автором. Он не выдумывает собственный язык, но пользуется готовым, он может лишь подражать тому, что написано прежде. «В его власти только смешивать разные виды письма, сталкивать их друг с другом, не опираясь всецело ни на один из них; если бы он захотел выразить себя, ему всё равно следовало бы знать, что внутренняя «сущность», которую он намерен «передать» есть не что иное, как уже готовый словарь, где слова объясняются лишь с помощью других слов, и так до бесконечности». [Барт, с. 387-388] Особенность создаваемых сегодня произведений состоит в том, что авторское присутствие необходимо для разъяснения замысла его работ. Иногда, например, в таком искусстве как видеоарт или перформанс автор выступает участником создаваемого им представления. Автор обладает тотальным контролем над своей аудиторией (зрителей/читателей): он может не разъяснять свои работы, чем вызывает ещё больший интерес к собственной фигуре со стороны публики. Иначе говоря, предположение о «смерти автора» в постмодерне не оправдано.

Мифология деконструкции подразумевает не только разрушение, но и собирание из разломанных уже элементов новой конструкции. Создание цельного произведения из разрушенных частей (из мусора, хлама) невозможно. Использование мифологии СССР в литературе и искусстве постмодерна отражает потребительский характер современной культуры. Постмодернистская мифология направлена на деконструкцию мифологии советской. Например, в тексте В. Пелевина «Чапаев и Пустота» персонаж советской литературы Чапаев становится пустой формой, которую можно наполнить любым содержанием. Главный герой советской мифологии В.И. Ленин становится паханом рецидивистов (С. Довлатов «Зона»), пишет научный трактат о том, как совершить революцию на Луне (В. Пелевин «Омон Ра»). А. Сергеев («Omnibus») создаёт пародию на культ Ленину - миф о народном поклонении бревну с ленинского субботника. Если в Советском Союзе Сталин как персонаж не участвует в действии, т.к. по своей сути он не герой, а «отец», он лишь присутствует в форме видения, вдохновляющего слова или жеста, то у Сорокина («Голубое сало») Сталин становится активным героем. Статус великого вождя снижен проявлением его как естественного человека: он ест (в отличие от мифа у Сергеева, в котором он голодает со всей страной), вместо бессонных ночей, проведённых за работой, развлекается. Знаменитая трубка вождя в тексте В. Сорокина

превращается в шприц для инъекций под язык. Потребление мифологии в искусстве проявляется в использовании различных советских символов, как например, в инсталляции Филиппова Андрея «Тайная вечеря» (выставка «Варшава-Москва 1950-2000»): стол накрыт красной скатертью, на ней белые тарелки, вместо столовых приборов справа от тарелки серп, слева – молот. Художник Э. Булатов в работе «Восход и заход Солнца» (1989) использовал герб СССР вместо солнечного диска или работа серии «Ностальгический социалистический реализм» В. Комара и А. Меламида «Сталин и музыки» (1981-1982), в которой музы в преклонной позе подают Сталину огромную книгу.

Таким образом, можно констатировать, что культура постмодерна мифологична в отношении самой себя а также практик в области искусства (мифология деконструкции).

Библиография

1. Фукуяма Ф. Конец истории? // Вопросы философии, 1990, №4, С. 134-148.
2. Барт Р. Смерть автора. // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: «Прогресс», 1989. – 614 с.
3. Лиотар Ж.-Ф. Заметка о смыслах «пост». // Иностранная литература, 1994. №1, с. 54-66.
4. Артхроника, 2004, №6.

Социокультурные особенности детских праздников в современной Украине: на примере праздника Дня Знаний

Саган Галина Васильевна

Аспирантка

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина (Харьков, Украина),
социологический факультет
sagalochka@ukr.net

Для анализа феномена детства, его сущностных характеристик, детерминируемых тем или иным типом общества и идеологией государства, важным является изучение общегосударственных детских праздников, через которые эта идеология транслируется. В настоящее время особенно ощутима потребность в изучении детских праздников в Украине, что связано с процессами трансформации, проходящими в нашем обществе.

С предметно-тематической точки зрения данная проблема только начинает исследоваться социологами, наряду с тем, что существуют работы, описывающие праздник как феномен культуры, из них только некоторые посвящены детскому празднику. Социокультурные особенности детских праздников на конкретных примерах в литературе практически не рассмотрены.

Данная работа опирается на разработки ряда научных дисциплин, теоретико-методологический подход социокультурного анализа, и на результаты исследования, проведенного автором на основе интерпретативного метода и метода контент-анализа.

Изучение понятия детства начинается сравнительно недавно; до сих пор ни в законодательстве, ни в научной сфере не существует единого понятия, определяющего данный феномен. Исходя из целей исследования, можно сказать, что *детство* – совокупность объектов, событий, процессов, социальных институтов и социальных практик в отношении детей, которая формируется и поддерживается обществом, а также постоянно возобновляется в процессе жизнедеятельности детей, осваивающих социальность и интегрирующихся в социум [1].

Праздник с древнейших времен является неотъемлемым элементом культуры. Он всегда был значимым событием для общества и каждого индивида как уникальная форма эмоционально-символического выражения (утверждения) их ценностно-нормативных установок [2]. Праздник относится к тем типам систем, организация которых предполагает творческое и эмоционально-оценочное участие человека. Это особый вид

игровой деятельности человека, посредством которого он выражает свое эмоционально-эстетическое отношение к наиболее значимым общественным и экзистенциальным смыслам и ценностям, творчески объективируя это отношение в символических атрибутах и формах поведения [3].

Исследовательский фокус данной работы сосредоточен на одной из разновидностей украинского детского ритуала и его вербальной составляющей – Празднике Дня Знаний (1 Сентября), который приравнен к общегосударственным праздникам и обязателен для празднования во всех школах Украины [4].

Как известно, праздник 1 Сентября был перенесен в украинскую реальность из советской. Существенно, что в советское время этот праздник стал общественным, и его смыслы и значимость были перенесены в независимую Украину.

День Знаний украинским обществом обязательно встречается публично на всей территории страны на общественных мероприятиях. Причем дата встречи приходится как раз на 1 Сентября и привязана к этому числу. Тем самым заявляется значимость именно общественной встречи нового учебного года: участие в коллективном празднике – это акт приобщения к общественно важному событию.

Разработки сценариев осуществляются собственно учителями в школах. Независимо от объема сценария в нем содержится набор определенных сюжетных ходов и соответствующее клишированное словесное оформление. *Конечно, праздник Дня Знаний – это праздник всех школьников, но, по традиции, - это праздник для первоклассников, для тех, кто впервые переступит порог школы, и останется учиться в ней 11 лет.*

Для маленького первоклассника день 1 Сентября – это не просто праздник, это день, который начинает для них новую, совершенно новую, жизнь. На этом постоянно акцентируется внимание через соответствующее символическое оформление: прощание с куклами, введение в нормы и правила школьной и общественной жизни через Положительных и Отрицательных героев, через воспитательный момент исправления отрицательного персонажа. Необходимым является наличие таких символов Дня Знаний, как Ключ Знаний, Звонок, Огонь (или Факел) Знаний. Обязательным ритуалом праздника является нахождение или освобождение такого символа, потому что он открывает символический Путь в Страну Знаний. Важность перехода ребенка из одного статуса в другой на празднике заявляется через ритуал Первого Звонка. Особыми участниками на празднике являются учителя и родители, которые выступают для детей обобщенными взрослыми. Современный мир накладывает свой отпечаток на ритуалы и символы школьной жизни, например, первоклассникам преподносят современные подарки, которые «символически» отражают время.

Отличительной чертой современных украинских сценариев является патриотичность. Любой сценарий начинается со слов воспевания Украины. При этом первоклассникам отводится активная роль по преобразованию страны. Соответственно, одним из наставлений ученикам является забота о Родине. Каждый праздник обязательно начинается прослушиванием гимна и поднятием украинского флага – символов украинкой государственности. Кроме того, значительная роль уделяется историко-бытовым украинским символам и истории Украины. На празднике присутствуют герои, олицетворяющие Украинское государство и его историю. Известно, что исторические деятели или события прошлого могут стать знаменем, символом, консолидирующим нацию.

Таким образом, как показал анализ, детские праздники в современной Украине обладают значимыми социокультурными особенностями. Структура ритуала праздника Дня Знаний видоизменяется на основе советского праздника, состав персонажей обновляется, и символы наполняются новым смыслообразующим содержанием.

Список использованных источников

1. Большой толковый социологический словарь: Русско-английский, англо-русский: Т.1: А-О: перевод с англ. / Сост.: Д. Джери и Дж. Джери; перевод Н.Н. Марчук. - М.: АСТ ; М.: Вече, 1999 . - 543 с. - (Collins)
2. Гужова И.В. праздник как феномен культуры в контексте целостного подхода: Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук // Доступно на: <http://www.tspu.edu.ru/docs/diss/gugova.pdf>
3. Леонтьева С. Детский новогодний праздник: сценарий и миф // Доступно на: <http://www.strana-oz.ru/?numid=18&article=882>
4. Закон Украины «Об общем бреднем образовании» // Ведомости Верховной Рады. – 1999. – №28 – с. 23

Социальная реабилитация социальных сирот: социокультурный и педагогический аспекты

Сайханова Любовь Ибрагимовна

Аспирантка 3 года обучения

Ставропольский государственный университет, Ставрополь, Россия

E-mail: LubaSaikhanova@rambler.ru

Проблема социального сиротства сегодня характерна для многих развитых и развивающихся стран. Так, американские исследователи отмечают, что по всему миру больницы, родильные дома, специальные заведения заполнены брошенными младенцами. По данным международных экспертов ООН, отмечается заметный рост числа брошенных детей в странах Западной и Восточной Европы.

Распространение явления социального сиротства в нашей стране обусловлено комплексом особых условий и процессов в обществе, характеризующих развитие России на протяжении XX века и связанных с революцией 1917 г., тремя разрушительными войнами (первая мировая, гражданская, Великая Отечественная), террором 20-х-30-х годов, а также последствиями перестройки конца 80-х - начала 90-х годов.

По официальным данным Министерства образования в настоящее время в Российской Федерации насчитывается 725,2 тысяч оставшихся без попечения родителей и безнадзорных детей [1; 3].

Рассматривая проблемы безнадзорности и беспризорности (т.е. социального сиротства), мы выделили причины возникновения безнадзорности детей и подростков сегодня, которые условно разделили на группы: внешние и внутренние, объективные и субъективные. Вместе с тем нами выявлено, что между причинами различных групп существует взаимосвязь. Так, причины внутреннего порядка могут являться следствием действия причин внешних, а действия внешних причин могут определяться внутренними причинами.

Среди внешних причин, обуславливающих безнадзорность подростка, можно выделить неблагоприятные условия развития и воспитания несовершеннолетнего в семье, наличие источников отрицательного влияния на него в окружающей среде, педагогически необоснованная работа с ним в школе.

Раскрывая значение семьи как одной из возможных причин безнадзорности, мы установили, что семья как социальный институт оказывает существенное влияние на воспитание, обеспечивает социальную функцию развития, невыполнение которой может иметь самые пагубные последствия. Семья является самым распространённым фактором подростковой безнадзорности.

Основная объективная причина возникновения и роста безнадзорности - разрушение государственной инфраструктуры общественного воспитания детей без формирования новой эффективной структуры социализации и досуга детей в условиях рыночных отношений. Дополнительным фактором риска является и позиция школы,

которая дистанцируется от подростков с трудными судьбами (свертывание внеклассной работы в образовательных учреждениях, исчезновение детских общественных организаций, объединяющих досуговую деятельность детей, их воспитание и развитие).

Проанализировав выделенные факторы, приводящие к феномену уличных или беспризорных детей, мы распределили их в семь групп.

1. Криминальные - преступления против нравственности; принуждение детей со стороны родителей и криминальных групп к попрошайничеству; эксплуатация и вовлечение детей в незаконный бизнес, проституцию, сутенерство и другие правонарушения; продажа алкогольных напитков несовершеннолетним; распространение порнографической продукции и т.д.

2. Семейные - нарушение функционирования семьи, когда родители, опекуны, близкие родственники не обеспечивают надлежащего воспитания и содержания ребенка, а также необходимого психологического комфорта в семье.

3. Естественные, вызывающие трудности в воспитании, содержании и осуществлении контроля над детьми со стороны родителей (например, подростковые возрастные кризисы и др.).

4. Детские - патологические девиации характера некоторых детей, склонность к незаконному потреблению психоактивных веществ, самовольный уход из дома или учебно-воспитательного заведения и другим формам отклоняющего поведения.

5. Подростковые - развитие асоциальных подростковых и молодежных «субкультур» и др.

6. Организационные - недостатки в работе системы образования и органов опеки, системы социального обслуживания семьи и детства, служб занятости несовершеннолетних и молодежи, подразделений органов профилактики правонарушений несовершеннолетних и других государственных структур.

7. Информационные - низкая эффективность безопасности многих сайтов в Интернете; отрицательные примеры для подражания детей и молодежи на всех доступных носителях средств массовой информации; низкое качество рекламы, телевизионных и радиопрограмм, перегруженных информацией, связанной с насилием, наркотиками и т.д.

Проведенный нами на основе междисциплинарного подхода анализ теоретического материала позволил уточнить и выделить специфику определения «социальная реабилитация». С одной стороны, «социальная реабилитация» направлена на восстановление механизмов социализации личности. Невозможно представить социализацию вне формирования коммуникативных свойств личности, адаптации к микросоциуму без сформированных умений выстраивать отношения с другими людьми. Однако эти механизмы социализации не развиты у подростков, имеющих склонность к безнадзорности и беспризорности. Поэтому процесс реабилитации предполагает совместные усилия семьи и таких специалистов, как социальные педагоги, педагоги-психологи, врачи по восстановлению физического, психического и нравственного здоровья детей и подростков.

Опираясь на многочисленные научные источники, раскрывающие проблему социальной реабилитации, мы понимаем под ней социальную адаптацию, осуществляемую педагогическими средствами.

Историко-педагогический анализ организации и содержания работы по социально-педагогической реабилитации безнадзорных и беспризорных детей и подростков показал, что в настоящее время затруднено реальное решение проблем социальной защиты (в широком смысле) детей и подростков, особенно носящих комплексный, межведомственный характер.

Анализ научной литературы позволил заключить, что все технологии социальной реабилитации безнадзорных и беспризорных детей и подростков, основывающиеся на педагогическом подходе, включают в себя понятия «нормы», «социализации» и «адаптации». Лежащее в основе процесса социализации усвоение социального опыта

становится источником развития личности, которая не только субъективно усваивает этот опыт, но и активно его перерабатывает. В этом аспекте процесс адаптации личности следует рассматривать как активноразвивающий, а не только как активнопоспособительный. Социальная адаптация способствует развитию и содержательному обогащению личности, социальной среды, социальной природы человека. Поэтому она должна рассматриваться как проявление человеческой природы, ее продолжение и реализация.

1. Дети-сироты: выявление и устройство (основные тенденции) // Вестник образования, 2005. № 16. С. 3-11.

Отражение социокультурных и политических трансформаций российского общества к. XX – нач. XXI вв. в постмодернистской литературе

Санькова Алена Александровна

старший преподаватель

ФГОУ ВПО «Северо-Кавказская академия государственной службы»

Филиал в г. Ставрополе

E-mail: snarks@yandex.ru

В эпоху становления информационного общества, характеризующегося глобализацией и интеграцией всех сфер жизни – социокультурной, политической, правовой, экономической и др. – художественная литература отражает аксиоматику происходящих в этих областях трансформаций и реализует их собственное видение.

Так, в постперестроечный период проявилась острая рефлексия на художественную картину мира, реализованную в рамках соцреалистического проекта. Деконструкции, деструкции, децентрализации, переосмыслению в рамках постмодернистской иронии были подвергнуты базовые ценности и идеалы советского человека. В повести популярного современного писателя-постмодерниста Виктора Пелевина «Затворник и Шестипалый» (1991) ставятся общефилософские вопросы (напрямую соотнесенные, тем не менее, с социально-культурными реалиями того времени), посвященные самой возможности выхода из закольцованного пространства привычных пространственно-временных, мировоззренческих и социальных категорий, гласящих, что «мир представляет собой правильный восьмиугольник, равномерно и прямолинейно движущийся в пространстве. (...) По периметру проходит так называемая Стена Мира, объективно возникшая в результате действия законов жизни. В центре мира находится двухъярусная кормушка-поилка, вокруг которой издавна существует ... цивилизация. Положение члена социума относительно кормушки-поилки определяется его общественной значимостью и заслугами...» (Пелевин, 1998). Главные герои – Затворник и Шестипалый – ввиду своих отличий от других обитателей «Цеха номер один» выкинутые из социума, оказываются в состоянии изменить свои представления о нормах, обычаях и, самое главное, своих возможностях, избежать «Страшного Супа», преодолеть «Стену Мира» и достичь подлинной свободы. Писатель ставит вопросы о границах реальности и возможностях ее постижения, об ограничениях, заложенных нормами, обычаями, моралью, а также являющихся следствием жизни в информационно закрытом обществе – тема актуальная и в свете современных дискуссий о симулятивной природе современной массовой реальности, ориентированной на потребление «готовых» клишированных образов, понятий, ценностей.

В написанной на год позже повести «Омон Ра» в русле всеобщего разочарования российского общества 1990-х гг. в советской идеологии осмысливается одно из ярчайших достижений СССР – полет советского человека на Луну. Безоговорочное самопожертвование во имя служения своему государству и народу оказывается «тропинкой в никуда». Жертва, принесенная Омоном (а об этой жертве идеологии говорит уже само имя героя) и другими молодыми, искалеченными и в прямом и переносном

смысле своим временем, напрасна и никому, по сути, не нужна. Патетическому заявлению о том, что в летном училище имени Маресьева готовят не просто летчиков, а «настоящих человекoв с самой большой буквы» (Пелевин, 1992), следует общий вывод: битва за формальное первенство советского (да и вообще любого) государства ни только не стоит реальных человеческих жизней и судеб, но и сама является иллюзией. Полет на Луну, едва не приведший к гибели главного героя, оказывается плохо отрежиссированным бессмысленным спектаклем, в котором жизни «актеров» ничего не стоят.

В более позднем романе писателя «Generation 'P'» (1999), получившим скандальную известность и наибольший общественный резонанс, от проблем идеологизированности и самозаикленности советского общественно-культурного пространства, автор переходит к актуальнейшим для того периода проблемам постперестроечной России. Последние осмысливаются в контексте информационного пространства, которое само по себе является неким эзотерический континуумом, порождающим новую мифологию. Деконструированная реальность России конца XX века, породившая большое количество социальных и культурных неомифологем – образы «нового русского», рекламщика-коопирайтера, выступающего «вятелем» новой мифологии взамен советским идеалам, образы новых политиков, оказывающихся на проверку чистой воды симуляцией и т.д., – знаменует провозглашенный У. Эко кризис репрезентации и вступает как открытая, незафиксированная социокультурная и политическая система, развитие которой предопределено самим фактом ее существования. Причем виртуальный характер ее бытования ничуть не мешает ей быть доминирующей, да и попросту единственно реальной, силой. Интересно, что когда встает вопрос о целенаправленности воздействия власти СМИ, то единственно верного ответа на страницах романа не находится, несмотря на то, что изначально задается эзотерическая подоплека происходящих в событий. Читателю самому предоставляется право ответить, какова же этическая природа и смысл существования подобной общественно-политической системы.

Проблема «виртуального мира» как мира практически неотличимого от материально существующей действительности, мира, в котором осуществляется вполне реальная жизнь с ее нормами поведения, закономерностями развития и функционирования ярко прослеживается в повести «Принц Госплана» (1991) и романе «Шлем ужаса. Креатифф о Тесее и Минотавре» (2005). Социальная, она же игровая, реальность Александр-Принца в первом из упомянутых произведений находятся в столь сильном взаимодействии, что дифференцировать их невозможно. Игровое в буквальном смысле поведение выступает как самоопределенное и самодостаточное; виртуальная и реальная цели сливаются в единый комплекс мечты-желания-цели – Принцессы в далекой башне. Столкновение с действительностью – принцесса оказывается муляжом – порождает крушение мира игры, влекущее за собой крушение всего имеющегося в «наличии» у главного героя мира. Иллюзии, порождающие иллюзии, оказываются вполне способными разрушить ткань реальности.

В написанном более десяти лет спустя романе «Шлем ужаса. Креатифф о Тесее и Минотавре» главным героем выступает само мифологическое пространство глобальной сети Internet, практическая форма существования героев в котором – чат – позволяет осуществлять коммуникацию в online-режиме. Пространство несет в себе как традиционные социальные функции, так и специфические, порожденные новой социокультурной ситуацией, в которой оказались обитатели данного пространства. Его семиотическая природа позволяет говорить о знаковой обусловленности следования той или иной линии поведения. Автор вводит новую составляющую – лабиринт – как принцип организации текста, как метафору, как архаическое мифологическое пространство, родственное современному сетевому. Виртуальные блуждания героев неотличимы от реальных, сон имеет ту же значимость, как явь, да и сам вопрос о том, что есть сон, что

явь, а что смерть не имеет ответа в виртуальном мифологическом пространстве пелевинского текста-лабиринта

Таким образом, отражение в постмодернистской литературе социально-культурных и политических трансформаций российского общества к. XX – нач. XXI вв., прослеженные на примере произведений В. Пелевина, носит комплексный характер и отражает всю глубину произошедших изменений, специфику современной социокультурной ситуации, а также основные мировоззренческие доминанты современного человека.

Литература

1. Пелевин В. (1998) Желтая стрела. М.: ВАГРИУС, 1998.
2. Пелевин В. (1992) Омон Ра: Повесть. Рассказы. М.: Текст, 1992.

Формирование и развитие новой российской идентичности: компаративный анализ

Слободяник Лада Сергеевна

помощник ректора по международным связям

НОУ ВПО Гуманитарный Университет, г. Екатеринбург, Россия

e-mail: lausten@yandex.ru

Сегодня состояние российского общества можно характеризовать как переходное. Это во многом обусловлено тем, что мы сейчас переживаем кризис идентичности, вызванный резкой сменой политического курса страны, экономическими проблемами и коллапсом «советской» системы ценностей. Вследствие этого вопросы формирования новой российской идентичности являются на сегодняшний день весьма актуальными и вызывают интерес многих социологов.

Несмотря на то, что огромное число исследователей занимаются данной проблематикой, до сих пор нет единого подхода к решению проблем, связанных с поиском новой российской идентичности. Возможно, это является следствием того, что отсутствуют единые критерии определения самого термина «идентичность». Однако, общий смысл этого понятия сводится к тому, что социальная идентичность представляет собой соотношение индивида с определенной социальной общностью, которую он рассматривает как Мы-группу.

Если взять данное определение за основу, можно поставить следующий интересующий нас вопрос: каковы пути решения проблемы поиска идентичности в современном российском обществе?

По нашему мнению, для того, чтобы ответить на этот вопрос, необходимо провести исследование, основанное на компаративном анализе, которое позволило бы посмотреть на российское общество со стороны, поставив его в ряд с обществами других стран. По мнению Льва Гудкова, аналитическая ценность такого исследования заключается в возможности оценить либо общий вектор развития стран, либо определенное место страны на какой-либо шкале.

Однако, как утверждает Н.Смелзер, это возможно только при наличии систематизированного контекста сравнений. Предлагаемая Смелзером стратегия заключается в систематизации данного контекста, как в плане компаративных индикаторов, так и в плане объяснений компаративных сходств и различий. Это подразумевает сведение использования явно одинаковых критериев сравнения ряда разных ситуаций к минимуму. Также Смелзер полагает, что одинаковые показатели могут применяться в анализе каких-либо явлений только в тех странах, которые являются «схожими случаями».

То есть, можно сказать, что метод межстранового компаративного анализа с учетом систематизации контекста может быть вполне успешно применен при исследовании различных социальных явлений и процессов в разных странах мира. По нашему мнению, данный метод можно использовать для того, чтобы определить, в каком направлении должен идти поиск идентичности в современном российском обществе.

Чтобы данное исследование было валидным, необходимо подобрать для проведения сравнительного анализа одну «схожую» страну. Для этого нужно определить, какая страна – также как и Россия – переживает сегодня кризис идентичности. Мы считаем, что в качестве такой «схожей» страны могла бы выступить Великобритания, поскольку в последние годы все больше британских исследователей, в частности, такие социологи, как Энтони Хит, Дэвид Маккроун, Кришан Кумар, Кен Пламмер, заявляют, что британское общество теряет свою идентичность. Подобная озабоченность связана с тем, что страна, вследствие потери традиционных имперских ценностей, увеличения числа мигрантов из стран Содружества и политики правительства новых лейбористов, направленной на изменение имиджа страны, переживает, как и Россия, кризис идентичности.

Однако, Россия и Британия схожи не только в этом. А.А.Громыко полагает, что у нас намного больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Это и наличие у обеих стран тройного этнического ядра (русские-украинцы-белорусы/ англичане-валлийцы-шотландцы); это и промежуточное географическое положение: у России - между Азией и Европой, у Британии - между Европой и Северной Америкой; это и имперское прошлое, и проблемы сепаратизма (Северная Ирландия и Чечня). Данный список можно продолжать долго, но, к сожалению, у нас нет возможности подробно рассмотреть вопрос «схожести» России и Великобритании. Что касается структуры идентичностей данных стран, то они представляют собой «матрешку», где российская и британская идентичность выполняют роль «зонтичных» идентичностей, формирование которых на данный момент находится под контролем правительства и государственных структур. То есть, можно сделать вывод о целесообразности проведения кросс-культурного исследования идентичности в России и Британии.

Что касается, выбора методики, то данному вопросу необходимо уделить особое внимание, так как от этого зависит, насколько результаты исследования будут достоверными. Здесь возникает ряд проблем, в частности, проблема с обеспечением адекватной передачи смысла при работе с представителями разных культур, проблема перевода опросников и использования перевода при интервьюировании. К сожалению, на практике авторы кросс-культурных исследований не уделяют этому должного внимания. Существует лишь несколько методов, используемых в данной области: метод обратного перевода, методы повторения и контекстности, экспертный метод. Поэтому мы полагаем, что для того, чтобы добиться максимальной адекватности перевода при сравнительном изучении процессов формирования новой идентичности в России и Великобритании необходимо, чтобы сам исследователь обладал хорошими знаниями английского языка, а также экстралингвистическими знаниями (об истории, культуре, традициях Британии). Только в этом случае он будет способен глубоко проанализировать проблемы, связанные с развитием новой британской идентичности, и, опираясь на опыт Британии, определить пути преодоления кризиса идентичности в российском обществе.

Литература

1. Гудков Л. Россия в ряду других стран: к проблеме национальной идентичности // Мониторинг общественного мнения. 1999. № 1 январь-февраль.
2. Громыко А.А. Великобритания – Евроамерика западного мира // <http://www.gromyko.ru/Russian/Brit/brit2.htm>
3. Емельяненко Т.В. Методы межкультурных исследований ценностей // Социология: 4М, 1997, №9 // <http://www.isras.ru/files/File/4M/9/Emelyanenko.pdf>

4. Магун В.С., Магун Ася В. Идентификация граждан со своей страной: российские данные в контексте международных сравнений // http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/318069/identifikatsiya_grazhdan_svoej_strany.pdf.html
5. Смелзер Н.Дж. О компаративном анализе, междисциплинарности и интернационализации в социологии // Социол. исслед. 2004. № 11.
6. Социологический энциклопедический русско-английский словарь под ред. С.А. Кравченко. – М.: ООО «Изд-во Астрель», ООО «Изд-во АСТ», ООО «Изд-во Транзиткнига», 2004.
7. Cohen, R. The Incredible Vagueness of Being British/English // International Affairs. 2000. Vol. 76, No. 3.

Культурные ориентиры современного украинского общества Слюсаревский Назар Николаевич

Старший преподаватель

Центральный институт последипломного педагогического образования, Украина, Киев

E-mail: disorsi@ukr.net

Исходя из авторского понимания культурных ориентаций [1] и экспертного видения состояния нормативов украинского общества [2], был разработан и апробирован, в ряде пилотажных исследований, инструментарий для выявления присущих украинскому обществу культурных ориентаций.

Результаты всеукраинского опроса взрослого (начиная с 18 лет) населения Украины,⁹ проведенного Институтом социальной и политической психологии АПН Украины с 1-го по 7-е июля 2004 года свидетельствуют, что в *трудо­вой сфере* доминируют патерналистские отношения советского образца. Большинство опрошенных ориентировано на подчинение и исполнительность, желая одновременно невозможного – авторитарного руководства и демократизма взаимоотношений. А нормативы рыночного хозяйствования не находят особой поддержки. Противоречивая амбивалентность *гражданской* жизни состоит в том, что при законопослушности и неприятии произвола населением Украины одновременно поддерживаются как принципы, присущие советской традиции (авторитаризм, нетерпимость, подчинение, солидарность и т.д.), так и принципы, характерные для современных демократических обществ (демократизм, лидерство, толерантность и т.д.). При этом противоположные принципы сосуществуют как целостная и согласованная система, в которой советские нормативы поддерживаются в первую очередь, а демократические - во вторую. За счёт этого становится возможным существование «двойной институционализации» (Е. Головаха), когда новые социальные институты продолжают функционировать на старых нормативных основах. Для *частной жизни (семейно-родственные отношения)* присуща некая «патриархальность», когда общая уступчивость, миролюбивость, открытость и бесконфликтность сосуществуют со свободолюбием и неприятием «диктатуры». Стремление к личной свободе парадоксальным образом сочетается с нежеланием терпеть свободу «другого», - как «инакомыслящего», так и «инакоживущего». Но нетерпимость практически не подкрепляется агрессивностью, а стремление «командовать» другими неприемлемо наряду с толерантностью. В *потреблении* население Украины ориентировано на самостоятельное обустройство собственного быта и общую жизненную неприхотливость.

⁹ Опрошено 1963 респондента из всех областей Украины, АР Крым и г. Киева. Выборка отвечает основным социально-демографическим характеристикам взрослого населения Украины, и её ошибка не превышает 3%.

Осуждается как над-, так и недопотребление. Ориентируясь в первую очередь на обеспечение собственных потребностей, люди все же готовы помочь ближнему и даже ограничить собственные нужды. Для *духовной жизни* характерен некий «консерватизм», ориентирующий в сторону традиционной культуры и традиционных ценностей, которые, в свою очередь, не только не совместимы с ценностями и принципами современности, но и любыми другими ценностями или взглядами, противоречащими общепринятым стандартам. Наблюдается стремление к автономности и независимости собственной позиции, что в сочетании с консерватизмом может приводить к некоторому дистанцированию от процессов, происходящих в духовной жизни современного украинского социума.

Нами выделены посредством процедуры быстрого кластерного анализа три типа культурных ориентаций: «Традиционалист», «Новатор» и «Нонконформист», удельный вес которых в массиве составляет 43,8, 22,3 и 22,9% соответственно.

Если «Традиционалист» в *сфере труда* является «советским работягой» (присущий обществу патернализм лишь усиливается), то „Новатор” демонстрирует постепенный но не окончательный отход от общепринятой этики в сторону большей свободы и мобильности трудовых отношений. „Нонконформиста” в условиях демократии вполне устраивает роль подчинённого. Это позиция «независимого профессионала» или «свободного художника», который не хочет ни руководить, ни проявлять инициативу.

В *гражданской* жизни «Традиционалист» (в роли «советского подданного») склонен подчиняться действующей системе государственных и социальных учреждений, выполнять их волю, проявляя солидарность. Он преимущественно нетерпимо воспринимает «инакомыслие» и может проявить агрессию в локальных конфликтах, не допуская её в конфликтах более глобального порядка. «Новатор», как типичный эгоист, напротив, особо не считаясь с законами и окружением (ради «самозащиты» можно и нужно дать «по зубам»), манипулирует государственной системой и общественными организациями исключительно в собственных интересах. А «Нонконформист», скорее всего, дистанцируется от власти, предпочитая ни с кем не ссориться и никому не мешать, решая конфликты исключительно мирным путём и в рамках закона, а также он преимущественно терпимо относится к «инакомыслию» и обнаруживает частичную солидарность с сообществом.

Частные отношения «Традиционалиста», по-сути «патриархальные», носят мирный и несколько авторитарный характер. Но руководство осуществляется убеждением и без применения насилия, с уважением прав и свобод каждого, хотя «различия» тут не приемлемы. Однако нетерпимость имеет большей частью пассивный, нежели радикальный, характер. Люди охотно помогают друг-другу с убеждением, что «долг платежом красен». Ориентиры же «Новатора» более «либеральны». В идеале этот тип не хочет отвечать за других и не прочь, чтобы кто-то более решительный и компетентный заботился о его потребностях и руководил. При этом, правда, ничем не ограничивая «Новатора». «Нонконформист» ориентирован на отношения, «открытого партнёрства», где нет тирании и использования окружающих и где, даже подчиняясь, можно быть свободным в действиях и поступках. Также тип готов бескорыстно помочь близким и более терпимо воспринять различия.

В *потреблении* «Традиционалист» непритязателен, ориентирован на максимальную автономность быта, он заботится о других людях больше, чем о себе. Его гедонизм, не выходит за рамки разумного. «Новатор» же стремится потреблять как можно больше в своё удовольствие, заботится исключительно о себе и не склонен обеспечивать быт собственными усилиями. «Нонконформист», относясь к быту как таковому зачастую отрицательно, не имеет и особых предпочтений. Поэтому его потребительское поведение определяется не столько личностно, сколько ситуативно.

В **духовной жизни** «Традиционалист» пребывает в рамках традиционной культуры, руководствуясь ее нормами и правилами, а «Новатор», приняв современность, действует согласно её требованиям (ориентация на массовую культуру, упрощенность вкусов и т.д.). «**Нонконформист**» как своеобразный «оппозиционер» предпочитает жить и действовать по правилам, которые устанавливает для себя сам, и не терпит никаких духовных „ограничений” мышления и поведения.

В качестве **итога** следует заметить, что полученные результаты указывают на существование в недрах культуры современного украинского общества «паритетного» противостояния традиционной и инновационных культур, - 48,3% «Традиционалиста» против совокупных 45,2% «Новатора» с «Нонконформистом». Что, в свою очередь, говорит о преддверии масштабных культурных трансформаций.

Литература

1. Слюсаревський Н. М. Культурні орієнтації як об'єкт дослідження// Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. пр. – Харків, 2005. – С.187 – 192.
2. Слюсаревський Н. М. Критерії виявлення культурних розмежувань в сучасному українському суспільстві //Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. пр. – Харків, 2007. – С. 410 – 415.

Влияние времени на информационный процесс
и социальные последствия

Тинякова Екатерина Петровна

студентка 1 курса международно-правового факультета
Всероссийская Академия внешней торговли, Москва, Россия

etinjakva@rambler.ru

Заглянув в глубокую древность, отметим, что чувство времени человек получил из ощущения природы, это было своеобразное восприятие ритма космоса. Для подтверждения этой идеи сошлемся на древние философские системы. В китайском даосизме человек должен был проникнуться естественностью и простотой. Концепция «фэн лю»-быть естественным: предельное раскрепощение, следование бессознательному, которое проникает в человека из глубин мироздания. Одна из трактовок «дао» философом Лао-цзы- дао как кузнечные меха. Каждый человек, согласно традиционной китайской культуре, несет в себе таинственный узор «вэнь» (культурное начало в человеке). Узор Мировой, создаваемый работой дао,- в россыпи созвездий, в причудливом чередовании гор и вод. Человек-капелька вечно волнующегося, изменчивого океана бытия. Восприятие природного начала через дыхание дало известную практику лечебного дыхания в традиционной китайской медицине. Для индийской культуры восприятие ритмов природы было облачено в звук. В древности каждый звук выражал определенные чувства или образы природы (растения, цветы, птицы). Ритмы природы подавались эстетически через звук. До сих пор индийская музыка сохраняет незабываемость древних черт. Традиция индийской музыкальной культуры- быть близкой к живой жизни, отзывчивой на запросы и события. Теперь вспомним высказывания античных мудрецов о времени. Периандр (У11-У1 в до н.э.): «Что самое великое?-Время». «Выждидай благоприятного времени». «Опасна опрометчивость». Хилон (У1 в. до н.э.): «Дорожи временем». Биант (У1 в. до н.э.): «Кто лучший советчик? –Время». Природа держит свой ритм времени, и его нельзя опережать. Это заметили еще древние люди. Однако все развитие социальности шло по овладению человеком временем. Для того, чтобы утвердить себя в бытии, человек изобрел

художественное время, которое используется в литературе. В современной научной фантастике есть мечта о перенесении человека из одного времени в другое, одним словом создать машину времени. Человек пытается овладеть властью времени. Непонимание законов времени- наш тяжелейший недостаток. События нельзя форсировать, нужно им дать течь вольным ходом. Ведь в восприятии времени несколько уровней:

- прошлое не хранится в нас мертвым грузом, это доказывает и психоанализ;
- настоящий момент воспринимается с субъективными варианностями, и различные временные индивидуальные ритмы нужно приводить в соответствие;
- устремления в будущее тоже влияют на бытие в настоящем, нетерпение подгоняет нас.

Современный французский писатель Пьер Сансо призывает творчески относиться к каждому мгновению, к другому человеку и миру в целом.

Дополнительные трудности во владении временем дает теория относительности. Зависимость времени от скорости движения удваивает индивидуальные проблемы со временем. В современном информационном обществе информация становится индикатором времени. С точки зрения времени информационный кризис- это невмещение информационного потока во временные рамки.

Концепция уплотнения социального времени заключается в уплотнении ритма общественной жизни. А с возрастом наше внутреннее время растягивается. Спрессованность времени- стержневой вопрос контекста человека. Однако спрессованность не должна порождать противоречие между физиологическим и социальным ритмом. Определим насилие с точки зрения осознания времени: насилие-это насильственное ускорение времени человеком, когда каждая личность теряет свое временное пространство, и тогда получается неразличимая человеческая масса.

Проанализируем восприятие человеком времени через использование устной и письменной речи. Устная речь более ограничена временем, письменная- пространством. Информационный кризис современной цивилизации имеет место из-за пренебрежительного отношения к этим двум ограничителям.

Важно обратить внимание на роль цензуры, которую она сыграла в отношении современного информационного общества. Цензура всегда обусловлена одним или группой субъективных авторитетов. Для того, чтобы устранить запрещенные идеи и увеличить возможность реализации желаемых идей, требуется насильственное развитие и ориентация лингвистической коммуникации. Существует прямо пропорциональная зависимость: чем античеловечнее идеи, допускаемые цензурой, тем жестче меры по пресечению нежелаемого смысла в коммуникации. Притеснение нежелательного осуществляется не только за счет запрещения определенной информации, но и искусственного увеличения объема информации, которая содержит допускаемый цензурой смысл. Искусственное расширение пространства коммуникации, не затрагивающей социально-конструктивные задачи, рождает информационный балласт, в котором человеческий язык отрешается от текущей жизни. Такая ситуация сложилась в марксистско-ленинской философии, поэтому с началом перестройки эта концепция видения мира одновременно отошла в архив человеческой мысли.

Творчество информации, предназначенной, чтобы забыть недопускаемый цензурой смысл, начинает превышать естественную скорость коммуникативного процесса: любое насилие всегда нарушает саморегулирующиеся процессы. Развитие коммуникативного процесса попадает под власть субъективного фактора, а в нем в силу конкуренции законопослушников появляется дополнительная сила, плодящая требуемую информацию, и чем больше конкуренция тем больше балласт. Коммуникативный процесс отрывается от социальной реальности и начинает властвовать над ним, особенно через средства массовой информации. Власть допускаемого цензурой языка превращается в реальную силу, воздействующую на людей. Выделим причины, вызывающие информационное переполнение коммуникации человеческим языком:

- цензурные ограничения идут первым фактором,

-вторым фактором является развитие социальной инициативы масс, как следствие возникает резкое увеличение информационного пространства, отражающего демократические перемены в постперестроечной России; для современной России более характерно прощупывание демократии через лингвистическую коммуникацию, чем социальные действия; это можно объяснить как социальную закомплексованность после жесткой идеологии советского периода, так и большим желанием активных социальных действий, которые не вмещаются в обычный временной масштаб, и тогда из реального плана осуществления они переходят в идеальный;

-третьим фактором, вызывающим лингвистическое переполнение коммуникации, может быть сложный процесс познания какого-либо научного факта, где поиск истины идет не только на научном, научно-популярном, но и паранаучном, эзотерическом уровнях;

-четвертым фактором является несбалансированность информации, представленной различными языками; вследствие неразвитости переводческой деятельности одна и та же информация может существовать в лингвистическом облике разных языков;

-существенным фактором переполнения лингвистической информацией является состояние дипломированности в современной российской науке, как отмечается в прессе за последнее десятилетие Россию захлестнула волна диссертаций низкого качества.

Социальный идеал- своевременность социальных действий и социального времени. Это главное условие благополучности демократии в России. Однако в настоящее время сфера социального обеспечения значительно тормозит во времени по отношению к социальному времени.

Перспективы развития религиозного туризма в Тверской области: взгляды студенческой молодежи

*Тушина Анна Игоревна*¹⁰

студент

*Тверской государственной технической университет, гуманитарный факультет,
г. Тверь, Россия*

E-mail: Tushina_Ann@mail.ru

На рубеже XX-XXI веков наиболее интенсивным становится развитие индустрии туризма, совершенствуются средства транспорта и связи, что создает возможность посещения святых мест своей религии большими массами верующих людей. Одновременно, у людей верующих и неверующих возникает желание приобщиться к духовным ценностям народов других стран, понять суть их религии, познать историю религии своего народа и иных этносов. Можно предположить, что все это отчасти вызвано определённым кризисом религий, наступившим в связи с бурными изменениями всех сторон жизни человечества в последние несколько десятилетий. Происходят подобные процессы и в российском обществе, которые вызваны, помимо перечисленных причин, также стремлением возродить традиции русского православия. Все эти процессы способствуют развитию религиозного туризма как в мире, в целом, так и в России, в частности.

Религиозный туризм является самостоятельным видом туризма и включает в себя виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды. Выделяют ряд разновидностей религиозного туризма: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионной направленности [2, с. 9].

¹⁰ Автор выражает признательность студентам III курса Тверского государственного технического университета Весельевой А.К., Гудковой Л.А., Гераськину Б.П., Назарову И.В. за помощь в сборе и обработке первичных социологических данных.

Паломнический туризм как разновидность религиозного туризма представляет собой совокупность поездок представителей различных религий с поклонения святым местам. Совершать паломничества людей побуждает много различных мотивов. Это желание исцелиться от физических или душевных недугов, помолиться за родных и близких, обрести благодать, набраться сил, сделать какую-нибудь работу (строительство, уборка территории монастыря и т.д.). Паломничество может быть обусловлено также стремлением выразить благодарность высшим силам за блага, ниспосланные ими, проявить преданность вере, испытать собственные намерения и способности к подвижничеству, обрести смысл жизни [1, с. 25]. Паломник в большинстве случаев – глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей. Он готов на время поступиться привычным образом жизни: кругом общения, удовольствиями, питанием для достижения своих духовных и нравственных целей. Идея паломничества подразумевает действия в условиях определённых трудностей, добровольно взятые на себя обязательства быть в этих условиях [2, с. 10].

В рамках религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности предполагается посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты – действующие культовые и памятные, побывать в музеях и на выставках. Туристы, не обязательно верующие, посещают богослужения, принимают участия в крестных ходах, медитациях, других религиозных мероприятиях. Следует иметь в виду, что туристы-экскурсанты, в том числе представители других религий, могут попасть не на все мероприятия. Так, в некоторые индуистские храмы пускают только индусов. Мекка является священным городом для мусульман, немусульманам туда въезд запрещён. Всё это следует учитывать при планировании туров [2, с.12].

Следует отметить, что религиозный туризм как один из его видов играет большую роль в системе международного и внутреннего туристских обменов. Религия влияет на формирование самосознания и стереотипов поведения людей, она выступает важнейшим элементом общественной системы, поэтому религиозный туризм сегодня является одним из самых перспективных направлений. Эффективное развитие религиозного туризма возможно при условии учета предпочтений туристов в процессе организации туров и предоставлении услуг на маршруте.

С целью выявления представлений студенческой молодежи о перспективах развития религиозного туризма в Тверской области в ноябре-декабре 2007 года нами было проведено социологическое исследование. В качестве опросного метода использовался метод анкетирования. Было опрошено 100 человек, обучающихся в Тверском государственном техническом университете по разным специальностям и принадлежащих к различным возрастным группам.

Анализ полученных данных показал, что большинство респондентов слышало о существовании религиозного (паломнического) туризма. Но подавляющая часть молодых людей знает об этом виде туризма очень немного, не дифференцируя паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Под религиозным ими понимается, прежде всего, именно паломнический туризм – посещение святых мест, поклонение мощам и совершение молитв (41% от общего числа ответов). Лишь 1/5 часть респондентов отметила, что религиозный туризм включает также посещение монастырей, церквей, храмов с целью узнать новое о религии, архитектуре, истории. В целом, респонденты оценили влияние, которое оказывает религиозный туризм на мировоззрение людей, как положительное.

В качестве наиболее известного объекта религиозного и паломнического туризма в Тверской области студенты ТГТУ назвали Нило-Столобенскую пустынь, ими также упоминались: Вознесенский Оршин женский монастырь, Часовня Оковецкой иконы Божией Матери и Оковецкий святой источник, церкви Твери (церковь Белая Троица и др.), Борисоглебский монастырь в г. Торжке и другие церкви Торжка, религиозные объекты Старицы. В ходе проведения исследования было выявлено, что для развития

религиозного туризма в Тверской области необходима реконструкция уже существующих религиозных объектов (47,4% от общего числа ответов), включение в туры новых объектов (22,6%) и разработка новых религиозных маршрутов (18,2%). Основными трудностями, которые возникают при создании новых религиозных туров, по мнению респондентов, являются: плохое состояние объектов религиозного туризма (26,7% от общего количества упоминаний), плохое состояние дорог (26,2%) и неуважение современного молодого поколения к религиозным традициям (24,9%). Большинство респондентов отметило, что для интенсификации развития религиозного туризма необходимо разрабатывать комбинированные туры (религиозно-познавательные, религиозно-экологические, религиозно-оздоровительные), а также экскурсии на религиозную тематику.

Следует отметить, что хотя подавляющая часть респондентов не принимала участие в религиозных турах, большинство из них (особенно девушек) хотело бы все-таки принять участие в религиозной или паломнической поездке (51,7%). Подобные потребительские ориентации, на наш взгляд, создают реальную основу для развития религиозного туризма в Тверской области при условии реставрации памятников культовой и храмовой архитектуры и развития туристской инфраструктуры региона.

Список литературы

1. Осипов Г. (2006) От святых монастырей до золотых пляжей // Турбизнес. №3 (516).
2. Христов Т.Т. (2003) Религиозный туризм. М.

Современное российское телевидение (культурный и этический аспекты)

Эрзанукаева Лейла Рамзановна

аспирант

Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: e-leyla@yandex.ru

За последние два десятилетия российское телевидение претерпевает принципиальные изменения в характере и структуре своего вещания. Происходит трансформация отечественной модели функционирования телевидения, в ходе которой наблюдается его разгосударствление и децентрализация: растет число новых телевизионных каналов и сетей, появляются региональные и местные телекомпании, развивается спутниковое, кабельное телевидение. Телевидение вступает на новый уровень, новый этап развития – коммерческий.

Переход России на рыночные отношения, коммерциализация, приватизация приводят к появлению в орбите телевидения крупных капиталов и вращения огромных финансовых средств. Телевидение становится отлаженным бизнес-проектом, с помощью которого можно зарабатывать большие деньги. Появляется множество центральных и региональных медиакомпаний, холдингов, зарождается медиаэлита, которая вскоре начинает составлять достойную конкуренцию элите экономической и политической, разрабатывается «Закон о рекламе» (1995г.), открывающий новые возможности и превращающий отечественное телевидение в систему отношений директоров телевизионных компаний с рекламодателями, производителями товаров и услуг. Развивается область социологии телевидения – медиаметрия, проводятся медиаизмерения, постоянный мониторинг и исследования телевизионной аудитории.

Российское телевидение за последние два десятилетия на фоне коренных общественно-политических, экономических, социокультурных преобразований радикально изменилось. Три классических принципа, которые были, некогда, определяющими для телевидения: «информировать, просвещать, развлекать» устаревают

и на смену им приходит новая формула, основывающаяся на трех «с»: «страх, секс, сенсация». Понятие рейтинга является теперь первостепенным, начинается «погоня» за зрителем и, соответственно, получением прибыли.

Современное телевидение становится бизнесом, который зарабатывает миллиардные состояния, нанося при этом обществу ущерб, который не может оцениваться никакими суммами. Оно разрушает национальные устои и традиционные для национальной культуры ценности¹¹.

Приобретя статус коммерческого, отечественное телевидение получило внушительную по объемам зрительскую аудиторию, но пугающую по уровню нравственного и духовного развития. В «погоне» за прибылью и большими доходами телевизионные компании изъяли из эфира просветительские, воспитательные, научно-популярные, образовательные, социально полезные и социально ориентированные передачи, заменив их другим программным продуктом – «высокорейтинговым» – бессмысленным, аморальным, разрушительно влияющим на формирование личности.

Все это негативно воздействует на моральное здоровье нации, на ее духовный уровень развития, что говорит о деградации и дискредитации культуры нации в целом и заставляет задуматься. В современной рыночной экономике, частью которой стало и телевизионное вещание, в расчет идет только коммерческий эффект от продажи товара – в данном случае – телевизионного продукта. Но телевидение – «продукт» своеобразный, поскольку рассчитан, прежде всего, на духовное потребление и имеет социальную направленность. Значит, измеряться этот продукт не должен одним лишь количеством «поглощающей» его публики: ведь телевидение – не только социальная технология, но и социальный институт¹².

В России еще не возникла существующая в так называемом цивилизованном мире моральная тревога по поводу интоксикации экранным насилием, экранной жестокостью, экранной порнографией сознания граждан. Российская общественность в целом пребывает в состоянии беспечной созерцательности по отношению к столь грязной технологии формирования вождельных рейтингов¹³. Надежды на то, что правящие субъекты телевидения, определяющие содержание эфира, образумятся, пока тщетны. Вопрос о введении цензуры, прежде всего, нравственной, предохраняющей от вредного воздействия и пагубности телевизионных программ, ставших доступными с приходом коммерческого телевидения, должен находиться на повестке дня в качестве серьезной социальной проблемы российского общества. Необходимо привлечение общественности (граждан, общественных деятелей, публичных фигур, телевизионных критиков, аналитиков), которая бы не безмолвствовала и не отмалчивалась, а проявляла предельную инициативу, активность в решении данной проблемы и вмешательство правительства, властей, имеющих возможность справиться с проблемой на законодательном и нормативном уровне.

Литература

1. Засурский Я.Н. Телерадиоэфир: история и современность. - М.: Аспект-пресс, 2006г.
2. www.rusk.ru (*Православное информационное агентство*).

¹¹ Православное информационное агентство [Электронный ресурс]: Современное телевидение теряет свой общественно полезный смысл: авт. Рогозин Д. – 2007. – Режим доступа: <http://www.rusk.ru/newsdata.php?idar=171880>, свободный.

¹² Дондурей Д., Засурский Я., Кузнецов Г., Муратов С., Юшквичус Г. Проблемы современного российского телевидения // Материалы Круглого стола. – М., 2006. – С. 35.

¹³ Там же. С. 19

Клуббинг как социальный проект альтернативной культуры

Юшкевич Елена Владимировна

Аспирант

Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова, Одесса, Украина

По сравнению с традиционной культурой и ее опытом межгосударственных и ограниченных ими контактов, современная культура – «открытая ойкумена», разворачивающаяся вне пространственных и временных границ. [1] Здесь нет четкой дифференциации центров и периферии: «регги», изначально рожденный на Ямайке, принят Европой и обогащен «европейским шармом», а «рейв», бросив вызов року шестидесятников, обрел форму субкультурной философии и стал выражением техно-акций конца XX в. Вместе с тем, наиболее развитые направления как в науке, искусстве, производстве и потреблении, так и в стиле жизни, повседневных практиках задают образцы, стандарты социальной жизни, компетенции и инноваций. Все субкультуры так или иначе начинались с клубных сообществ. Таковы следствия инновационных культурных форм в процессе самоорганизации социума с точки зрения процесса глобализации. Они развиваются в тенденциях «глобальной гомогенизации», «культурного насыщения», «культурной деформации», «культурной амальгамации». Ответы на вызовы глобализации зависят от того, что выбирает та или иная локальная культура из множества, предлагаемых ей наборов актуализированных культурных элементов. Из чего следуют «эффекты глокализации», т.е. совмещения «глобального» и «локального». [2]

В научной литературе относительно понимания сущности субкультуры распространенной считается точка зрения, согласно которой наиболее важными являются такие характеристики, как альтернативность взгляда на существующую реальность и автономность ее бытования как целостного образования, связанного с институционализацией, специфическими знаковыми символическими системами. Размежевание культуры и субкультуры проявляется через свободный субъективный выбор индивида: если приобщение к культуре происходит через институты общества как с согласия, так и без согласия индивида, то приобщение к любой субкультуре подразумевает исключительно осознанное принятие решения самим индивидом, отнесение себя (идентификация) к той или иной группе: объединяющими факторами субкультурных образований являются поиск иных смыслов жизни и досуга, удовлетворенность потребностей, желание действовать, разделяемые системы ценностей

и ощущение новизны или иной жизни, чем практика будней.

Альтернатива состоит в видении или представлении, в отличие от общепринятого, пути развития, выбора того или иного смысла действия, идентификации с какой-то группой. Клуб в этом смысле выступает способом реализации альтернативной инициативы и социальным пространством или форматом ее осуществления. Как верно замечает Д. Десятерик, это необходимость «выгородить свою территорию на неприветливом пустыре социума». [3] Ядром клубной культуры является атмосфера общности, стимулирующая к воспроизводству разных субкультурных образований. С точки зрения «социального», ее можно описать в альтернативах «коллективного – индивидуального», «рационального – эмоционального», «традиционного – новаторского». Они могут стать основаниями своеобразия моделей солидарности. Примером могут быть прототипы институциональной солидарности – социальные центры в Италии, представляющие ныне гражданские инициативы или рейвы на открытом воздухе (и, как производное, – клубиться, и создавать небывалые доселе стили и замкнутую реальность нового образца). Диффузная форма «клуббинга» состоит в том, что это не жестко структурированная, но скорее проявляющаяся через качественные свойства устойчивых структур, пограничная определенность. На уровне обыденного сознания она проявляется как аналог новой реальности, создающейся «здесь и сейчас», многофункциональной по направленности и ориентирующейся на новые формы взаимодействия индивида и общества, культ молодости и действенности.

Разрабатывая инструментарий для исследования представителей клубной субкультуры как выразителей новой волны интересов в свободном времени, мы выделили следующие смысловые блоки в опроснике: свободное время и ценности (включающий в себя раскрытие ценностных ориентаций, досуговых предпочтений, соотнесение понятия комфорта с такими сторонами повседневной жизни, как мода, работа и отдых); литература и СМИ (позволяющий проанализировать вовлеченность респондентов в различные культурные сети, образованные телевидением, радиовещанием и Internet, а также отношение к литературе); стратегии жизненного успеха (речь идет о различных видах туризма как одного из основных показателей благосостояния и важной составляющей жизни представителей клубной субкультуры); игра и стиль жизни (представление об игровой стороне жизни субкультуры), социальное функционирование ночных клубов, основных мест их организации, символов и смыслов субкультур и общественных движений.

Одной из гипотез нашего исследования является важность социального статуса для представителей клубной субкультуры. В 1960-х гг. во всем мире статус был связан, прежде всего, с профессиональными занятиями, но, по мере того, как индустриальные общества Запада сменялись постиндустриальными, на смену «профессии» как определяющей характеристике социального статуса пришло понятие «жизненный стиль», объединяющее тип труда, досуга, семейного положения, места жительства и уровня потребления. Сфера туризма всё больше пересекается с общей «экономикой знаков», вторгаясь в различные пространства потребления. В её пределах обнаруживается множество институтов и форм, воздействия которых трудно избежать. В мире всё быстрее распространяются могущественные и вездесущие глобальные бренды или логотипы. Такие брендовые компании, включающие множество фирм, занятых в сфере путешествий и отдыха, создают «концепции» или «стиль жизни». [4] Предстоит выяснить, насколько важен для представителей клубной субкультуры туризм как элемент престижности и социального статуса.

Клуббинг во многом является игрой в её современном проявлении. Симуляция и головокружение как виды игры являются постоянными соблазнами для человека. Их невозможно устранить из общественной жизни, чтобы они оставались в ней лишь в виде детских забав и девиантного поведения. Как бы ни делать редким их применения, маска и одержимость всё же отвечают настолько опасным инстинктам, что им приходится давать

какое-то удовлетворение, пусть и ограниченное, безвредное, но «как минимум приоткрывающее дверь к двусмысленным удовольствиям танца и трепета, паники, отупения и неистовства». [5]

Литература:

1. Hannerz U. Notes on the Global Ecumene // Public Culture. - 1989. Vol. 1,2, p. 66-75
2. Robertson R. World-Systems Theory. Culture & Images of World Order // Globalization. - London, 1992. p. 61-84
3. Альтернативная культура . Энциклопедия. - Екатеринбург, 2005 - с. 78-80
4. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура - М., 2005, с. 139
5. Кауя Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры - М., 2007, с. 146-147

Особенности субкультур сети Интернет

Якушина Наталья Владимировна

канд. соц. наук

Орловский государственный технический университет, Гуманитарный факультет

Орел, Россия

E-mail: stratcu@mail.ru

Современное общество не мыслимо без ресурсов, которыми располагает Интернет. Однако, помимо того, что сеть является хранилищем информации, в ее рамках зарождается и развивается множество сообществ, которые могут быть названы особыми субкультурами сети Интернет. Субкультура - это особая форма организации деятельности, относительно автономное и целостное образование внутри господствующей в обществе культурной традиции, отличающееся от нее своими нормами, ценностями, институтами и определяющее стиль жизни и мышления ее носителей.

При проведении анализа мы опирались на классификацию А.В. Толстых, основанную на преобладающих направлениях деятельности участников объединений, что позволило отнести субкультуру пользователей Интернет к так называемым субкультурам «по интересам».

Самыми яркими субкультурами глобальной сети, на наш взгляд, являются геймеры, хакеры и падонки.

Геймеры. Говоря о предыстории современных компьютерных игр, следует отметить, что еще в 60-е годы в США приобрели популярность так называемые «ролевые игры», начало которым положили «толкиенисты», поклонники творчества Дж.Р.Р. Толкиена. «Ролевики» создали нечто вроде самодеятельного театра, когда группа единомышленников устраивала своеобразные постановки какой-либо книги или эпохи. Каждый из участников примерял на себя некую «маску» на более или менее длительное время, уходя, таким образом, из мира реального в вымышленный.

С появлением компьютеров, немедленно появились и компьютерные игры. Современные компьютерные игры все совершеннее имитируют реальность. На сегодняшний день наибольшей популярностью пользуются игры, в которых человек наблюдает за происходящим как бы глазами своего персонажа. Можно играть против достаточно прямолинейного и предсказуемого компьютера, но в последнее время игроки предпочитают играть друг с другом по сети (локальной или глобальной). Получается аналог вышеописанных «ролевых игр» опосредованный компьютером, то есть в данном случае компьютер выступает лишь как вспомогательное средство в межличностной коммуникации.

Следует отметить, что настоящие хакеры не делятся своими секретами. Все, что о них известно – часто либо слухи, либо информация, исходящая от псевдо-хакеров. Хакеры – весьма закрытая субкультурная группа, и, чтобы стать ее членом, не достаточно написать несколько вирусов или взломать код программы, необходимо проповедовать соответствующую философию. Именно это во многом затрудняет исследование их культуры и мешает распространению правдивой и непредвзятой информации о данной субкультуре.

Падонки, пожалуй, самая известная и эпатажная на сегодняшний день субкультура пользователей Интернет в России. Начало этому движению было положено еще в конце девяностых годов, с момента создания сетевого ресурса fuck.ru. Главными организаторами данного сайта были люди, появившиеся в сети под следующими псевдонимами: Скелетрон, Джейсон Форис, Линкси, Сумерк Богов. Спустя некоторое время данный ресурс был закрыт по неизвестным причинам. Однако, вскоре, уже по инициативе Дмитрия Соколовского по кличке «Удав», появился сайт udaff.com, где в основном публикуются тексты автора и его последователей.

Для исследования данных субкультур были проведены глубинные интервью с их представителями (в частности, хакерами, геймерами и «падонками»). В связи с тем, что данные субкультурные группы существуют только в рамках «глобальной паутины», интервью осуществлялось посредством ICQ (программы для поиска и общения с конкретным человеком). Проведенное исследование показало следующее.

Хакеры и «падонки» проводят большую часть свободного времени в Интернет, геймеры же для игры используют локальную сеть, объединяющую несколько кварталов или районов города, а Интернет посещают чаще с целью поиска информации о новых играх.

Все опрошенные представители субкультур пытаются реализовать неудовлетворенные в повседневной жизни потребности за счет деятельности в рамках этих референтных групп.

Только хакеры старались найти положительные стороны в своей деятельности для общества и себя лично. Геймеры отметили негативные последствия для своего здоровья, но посчитали, что на общество их увлечение никак не влияет. «Падонки» признали отрицательное воздействие их лексики на русский язык, но охарактеризовали свою деятельность в рамках этой субкультуры как исключительно положительную для них самих.

Результаты проведенных глубинных интервью показали, что только хакеры знают и разделяют основные философские положения своей субкультуры. У «падонков» есть своеобразный устав, но никто из опрошенных строго ему не следует. Опрошенные геймеры вообще почти ничего не слышали о существовании философии своей субкультуры.

Весьма сложным представляется вхождение в круг лиц – представителей этих

субкультур. Можно предположить, что существуют так называемые «старые»

(авторитетные) пользователи, которые и решают судьбу новичков – разрешить или нет

вступление в данную группу. Главным условием в этом случае является пропаганда

«новеньким» ценностей одной из рассматриваемых субкультур.

Среди причин вступления в субкультуры Интернета доминирующими являются совершенствование личных и профессиональных навыков опрошенных и ощущение азарта и интереса. Также исследование выявило некую зависимость между причинами

вхождения в субкультуру и наиболее привлекательной субкультурной группой Интернета. Желая усовершенствовать свои личные и профессиональные навыки, больше всего привлекает субкультура хакеров. Геймеры, в свою очередь, привлекают тех, кто хочет отдохнуть от повседневности, а субкультура «падонков» - тех, кто пытается найти понимание и общение с интересными людьми.

Таким образом, субкультуры сети Интернет, с одной стороны, влияют на культуру общества, например, через распространение «языка падонков», с другой - массовая культура во многом сама формирует субкультуры Интернет, исходя из «сиюминутных» потребностей общества.

Субкультуры «глобальной паутины» с течением времени будет развиваться, видоизменяться и выходить на новые «рубежи», и обществу стоит видеть как реальные угрозы, так оценивать их положительные стороны.

Литература

1. Запесоцкий, А. С. (1996) Молодежь в современном мире: проблемы индивидуализации и социально-культурной интеграции. СПб.: ИГУП.
2. Зоркая Н. А. (2000) Информационные предпочтения жителей России. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены, №4.
3. Омельченко Е. Л. (2000) Молодежные культуры и субкультуры. М.: Институт социологии РАН.
4. Официальный сайт журнала «Хакер» - <http://www.xakep.ru>
5. Официальный сайт «падонков» - <http://www.udaff.com>

