УДК 94 (470)

О.А. Бондаренко
Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор, заслуженный работник культуры А.В. Черняк

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ НА СТРАНИЦАХ РЕГИОНАЛЬНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ И ЖУРНАЛОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ, РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ И РЕСПУБЛИКИ АДЫГЕЯ)

В статье исследуется трансформация освещения традиционных ценностей молодежной прессой Юга России, исследуется ценностный мир современной молодежи. Представлен сравнительный аксиологический анализ молодежных печатных изданий в советский, постсоветский и современный период.

Традиционные ценности, молодежь, патриотизм, семья, образование, молодежные печатные издания.

The article examines the transformation of youth's press lighting the traditional values in south of Russia and explores the world of values of today's youth. Comparative axiological analysis of youth publications in the Soviet, post-Soviet and modern period is presented.

Traditional values, youth, patriotism, family, education, youth prints.

Ценности представляют собой социально-культурный код общества. Система фундаментальных ценностей определяет облик культуры и формирует генотип социального организма. Традиционные ценности – это своеобразный код российского общества. Исследование материалов региональных молодежных средств массовой информации, освещающих традиционные ценности, показал, что в нашем обществе наблюдается состояние напряженных духовных поисков, продиктованное острой необходимостью в самоопределении и каждой личности, и всего народа. На пороге третьего тысячелетия причиной многих существенных трансформаций стал процесс сохранения традиционных и создание новых ценностей. Фундаментальность социальных сдвигов сейчас такова, что ставится под вопрос весь опыт, накопленный многими поколениями, населяющими страну, их базовые ценности и идеалы. Быстрый, практически мгновенный по историческим меркам переход общества и новый режим функционирования сопровождается разрушением ранее действовавших ценностных ориентиров.

Перемены в социально-экономических и политических отношениях современной России породили в обществе состояние неопределенности. Особенно трудно в подобных условиях приходилось молодым людям. Смена общественно-политического строя привела к тому, что десятилетиями в России насаждались западные (либеральные) ценности, олицетворяющие власть денег, пошлость, разврат во имя превращения советского общества созидания в общество потребления. Во многом это сказалось и в молодежных СМИ, оказывающих большое влияние на ценностный мир молодежи.

Одна из причин сложившейся ситуации заключается в резком социальном расслоении населения по имущественному признаку, в частности, ухудшении положения молодежи как социально-демографической категории, усилении негативных явлений, имеется ввиду антипатриотизм, бездуховность, экстремизм, падение общего уровня культуры. В то же время традиционные ценности – патриотизм, семья, знания, труд, коллективизм, благородство, мужество, долг, милосердие – оказываются невостребованными.

Доктор философских наук В. Лутовинов и кандидат педагогических наук Е. Радионов в своей статье «Современная молодежь: основные ценности, позиции, ориентиры» отмечают, что «в условиях весьма неблагоприятных в целом воздействий макросреды снизился престиж нравственности, возросли рваческие ориентации интересы сугубо личного, прагматичного плана в молодежной среде. У значительной части молодежи разрушены и утрачены такие традиционные нравственно-психологические черты, как романтизм, самоотверженность, готовность к подвигу, честность, добросовестность, вера в добро и справедливость, стремление к правде и поиску идеала, к позитивной реализации не только личных, но и социально значимых интересов и целей» [1].

Согласно социологическим исследованиям, проведенным в 2003 г. доктором философских наук, профессором Кубанского государственного аграрного университета С. Хоружей, главными жизненными ценностями для кубанских студентов являлись: семья и близкие (хорошие семейные и дружеские отношения), здоровье, материальное благополучие, общественное признание и успех, интересная работа. (Исследования проводились среди студентов, 166 респондентов возрастом от 16 до 21 года, из них жители города – 53 %, сельской местности – 47 %). Студентам были предложены две анкеты: «Жизненные и морально-этические ценности» и «Социально-экономические ценности».

По мнению С. Хоружей, различия в ориентирах могут складываться вследствие того, что жизнь од-

них людей оказалась тесно переплетенной с новой экономической реальностью, а других – осталась связанной с прежним хозяйственным укладом. Вывод можно сделать следующий: отказ от старых ценностей не привел к формированию новой целостности. Настораживает тот факт, что по некоторым позициям наблюдается явный деградационный эффект. Так, 51,5 % опрошенных «скорее отрицательно» относятся к морально-нравственному понятию «идеал», нормальным способом зарабатывания денег считают: участие в криминальных группировках – 9 %, проституцию – 6 %, мошенничество – 10,6 %, воровство – 3 % [4].

С целью определения ценностной структуры массового сознания молодежи в 2013 г. автор провел анкетирование среди студентов и учащихся различных вузов Краснодарского края. Респондентам были предложены те же анкеты, что и в 2003 г. В анкетировании участвовали 460 студентов и школьников в возрасте от 15 до 20 лет Кубанского государственного аграрного университета, Государственного морского университета имени Ф.Ф. Ушакова, Краснодарского краевого колледжа культуры, старшеклассники средних школ Краснодарского края (жители города – 57 %, сельской местности – 43 %).

Анализ анкетирования показал, что около 70 % опрошенных респондентов наиболее значимым считают хорошие семейные и дружеские отношения. На вопрос «Ваше представление о счастье?» респонденты на первые места поставили здоровье (87,9 %), счастливую семью (65,8 %) и материальное благополучие (51,3 %). Почти 65 % студентов на вопрос: «Какие чувства вы испытываете, живя в своей стране?» ответили: «Страх перед будущим», 37 % испытывают «Стыд за нынешнее состояние страны». Самой престижной профессией 67,2 % опрошенных считают «государственный служащий», затем «юрист, адвокат, нотариус» (65,6 %). Практически одинаковые баллы набрали профессии «врач» (46,4 %), «учитель» (41,3 %). Почти 26,7 % опрошенных считают престижной профессию военного. Также почти 40 % назвали престижной профессию «инженер». Однако молодежь опасается безработицы и равнодушия со стороны окружающих (54 %). К морально-нравственному понятию «идеал» более 40 % опрошенных относятся отрицательно, также отрицательно молодежь отнеслась и к понятиям «право и порядок» (46,6 %), «сострадание» (37,3 %). А вот на вопрос: «Считаете ли вы нормальным способом зарабатывания денег участие в криминальных группировках, проституцию, мошенничество, воровство» все респонденты поставили ответ «нет».

Анкетирование показало, что для современной молодежи свойственны не только сугубо прагматичные, материальные жизненные ценности, но и духовно-нравственные.

Не секрет, что средства массовой информации играют немалую роль в формировании общественного мнения, особенно молодежи. Существенные изменения произошли в тематическом содержании молодежных средств массовой информации.

Проведенный автором сравнительный аксиологический анализ газет «Комсомольская правда», «Комсомолец Кубани», «Комсомолец» (Ростовской области) разных периодов времени показал, что в советский период центральные и региональные СМИ формировали нравственные идеалы, не противоречащие молодежной политике государства. (В процентном соотношении анализировалось количество текстов по ценностным категориям, а именно: патриотизм, семья, труд, милосердие, образование, здоровый образ жизни, культура, религия и т.д. Для анализа были использованы первые 60 номеров газет за 1980, 1990, 2000 годы). В 1980-х гг. таким категориям ценностей как патриотизм, коллективизм, семья, труд, долг, достоинство, справедливость, милосердие, знание, ответственность, профессионализм, материнство, здоровый образ жизни и другим уделялось гораздо больше внимания. А вот к 2000-м гг. число материалов о труде и патриотизме в этих газетах снизилось почти в десять раз. Создатели материалов, освещающих современную действительность, порой не обращали внимания на коррекцию взглядов, ценностных ориентаций, норм поведения в соответствии со стандартами новых взаимоотношений.

Практически с начала 1990-х и до середины 2000-х гг. в обществе набирали вес либеральные ценности. В молодежной прессе не осуждалось ловкачество, беспринципность, продажность и другие антиподы морали. В этот период появлялось все больше развлекательных изданий, таких как: «Хулиган», «Молоток», "Cool", "Yes", "OOPS", "Bravo", "Elle Girl", "I love you", "JOY", «ЛизаGERL», "ELLE", "MINI", "Cool Girl", "Yes!", "Teens", «Дом», «Дом-2» и мн. др. В таких журналах неоправданно много внимания уделялось пропаганде худших образцов зарубежной культуры, обедняющей духовный мир молодежи. Со страниц глянцевых молодежных журналов и телевизионных программ стали пропагандироваться и антиценности. Так, в этом плане можно выделить: агрессивность и жестокость, блуд, порок, откровенный секс и пошлость как антипод чувству любви, превалирование потребительской психологии над созидательными тенденциями.

Исследователь С. Стебловская в своей статье «Методологические основы исследования аксиологического поля журналов для подростков» отметила, что «содержание современных журналов для подростков находится в явном противоречии с традиционными представлениями о должном вообще и русским представлением, в частности. То есть на сегодняшний день мы под видом этого медиапласта, к сожалению, имеем дело с легитимизированным ресурсом мировоззренческой деформации юного поколения и еще большего размывания национальных традиционных ценностей. Самое главное, что существующим журналам нет альтернативы, т.е. все существующие коммерческие журналы федерального масштаба транслируют примерно одинаковый образ мира и человека. Это значит, что подросток может воспринимать тиражируемую журналами ценностную

парадигму как единственно нормативную, а описываемый ими «идеальный тип» – как наиболее предпочтительный» [3].

Тем не менее в последние годы можно наблюдать такую тенденцию: в противовес глянцевым журналам многие СМИ, в том числе и региональные, стараются больше внимания уделять традиционным ценностям.

Автор провел контент-анализ современных молодежных изданий, которые появились в конце 2000-х гг. Это общероссийский журнал «Наша молодежь», региональные молодежные средства массовой информации Краснодарского края (журнал «Регион 93», молодежные вкладки газет «Вольная Кубань» («Я – молодой»), «Зори» («Мы – молодые»), Ростовской области (журнал «Сорока и Компания», газета «Классная переменка»), Республики Адыгея (газета «Studlife», молодежная вкладки газеты «Советская Адыгея» («Время молодых») и др. (Исследовались СМИ за 2011, 2012, 2013, 2014 гг. В зависимости от периодичности издания анализировались либо номера за первый квартал года, либо за весь год).

Анализ позволил сделать вывод, что основное внимание в этих изданиях уделено ценностям патриотизма и образования (знания), труду, семье, милосердия, взаимопомощи, профессионализму, в меньшей степени развлечениям. Таким образом, можно отметить, что по сравнению с молодежными изданиями 1990-х и 2000-х гг. современные молодежные СМИ стали больше уделять внимание традиционным ценностям.

Автор сознательно исследовал средства массовой информации в разные периоды времени: в постперестроечные годы постепенно от положительных традиционных ценностей общество эволюционировало к либеральным ценностям потребления. Однако в первой половине второго десятилетия XXI в. намечается перелом, когда общество начинает понимать, что дальше идти по курсу Запада нельзя, иначе мы потеряем страну.

К сожалению, чтобы сохранить и укрепить такие ценности, как патриотизм, семья, труд, коллективизм, стремление к добру, миру, братской солидарности и др., еще много предстоит сделать. Но то, что от отрицательного, навязываемого нам вестернизацией, мы идем к положительному, не вызывает сомнений. И, наконец, власти всерьез задумались о том, что происходит с молодежью, и что нас ждет в будущем.

Большие надежды возлагаются на Президента России В.В. Путина, который в своем ежегодном Послании Федеральному собранию отметил, что «мы должны укреплять прочную духовно-нравственную основу общества. Именно поэтому определяющее значение приобретают вопросы общего образования, культуры, молодежной политики. Эти сферы – это не набор услуг, а прежде всего пространство для формирования нравственного, гармоничного человека, ответственного гражданина России» [4].

Источники и литература

1. *Лутовинов, В.* Современная молодежь: основные ценности, позиции, ориентиры / В. Лутовинов, Е. Радионов. – URL: www.rau.su/observer/№09_97/007htm.

2. Послание президента РФ В.В. Путина Федеральному Собранию 2013 года // Российская газета. – 2013. – № 258.

3. *Стебловская, С.Б.* Методологические основы исследования аксиологического поля журналов для подростков / С.Б. Стебловская // Вестник Московского университета. Сер. 10: Журналистика. – 2010. – № 1. – С. 152.

4. *Хоружая, С.В.* Смысловая сфера культуры, проблемы кризисного развития / С.В. Хоружая. – Краснодар, 2008. – С. 123–128.

УДК 82.09

А.А. Дементьева

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор Л.В. Гурленова

«РОДОСЛОВИЕ» ПИСАТЕЛЬСКОГО ТАЛАНТА В КНИГАХ А.М. РЕМИЗОВА «ПОДСТРИЖЕННЫМИ ГЛАЗАМИ», «ИВЕРЕНЬ»

В статье рассматриваются вопросы формирования творческой позиции писателя в рамках мифа Ремизова «о самом себе», о влиянии на личность автобиографического героя таких неоспоримо важных для него факторов как родословная, воспитание, а также культурная среда, в которой проходило детство будущего писателя.

Миф «о самом себе», «родословие», писательская концепция, древнерусская книжность, автобиографическая проза.

The article considers the development of creative position of the writer in the framework of Remizov’s myth "About myself", the influence of genealogy and upbringing on the personality of an autobiographical hero as well as cultural environment where the future writer spent his childhood.

Myth "about myself", "genealogy", writer’s concept, ancient literacy, autobiographical prose.