



Социологические науки

УДК 379.8.093

П.Е. Заржевская

Заржевская Полина Евгеньевна, студентка 2 курса факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: pzarzhevskaya@mail.ru

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРЕСОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ НА СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ СРЕДУ

В статье проанализировано влияние интересов и социокультурных потребностей молодежи на общественную среду.

Ключевые слова: молодежь, государство, социальные потребности, культурные потребности, социокультурные потребности, социокультурная среда.

P.E. Zarzhevskaya

Zarzhevskaya Polina Evgenyevna, student of 2nd course of faculty of social and cultural activity and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: pzarzhevskaya@mail.ru

Research supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, doctor of philology, associate professor of department of social and cultural activity and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: lexfati72@mail.ru

INFLUENCE OF INTERESTS AND NEEDS OF YOUTH ON SOCIAL AND CULTURAL ENVIRONMENT

The article analyzes the influence of the interests and social and cultural needs of young people on the social environment.

Key words: youth, state, social needs, cultural needs, sociocultural needs, sociocultural environment.

Молодежь – это «живое настоящее», зеркало и отражение всей социокультурной ситуации и жизнедеятельности общества в Российской Федерации. Поскольку молодое поколение – будущее нашей страны, важно и необходимо изучать потребности и интересы данной социально-демографической группы, именно поэтому государству необходимо создавать комфортные условия для развития ценностно-смысловой сферы личности, которые будут сопровождать индивида на протяжении всего его существования.

Молодежь – социально-демографическая категория с отличительными для нее возрастными социально-психологическими и социальными ценностями, которые обуславливаются степенью культурного развития, социально-экономического, а также особенностями социализации в обществе. Следует отметить, что, согласно действующим «Основам государственной молодежной политики Российской Федерации» на период до 2025 года, возрастная граница составляет: от 14 лет (нижняя граница) до 30 (верхняя граница). Тем не менее, исходя из психологических факторов,

влияющих на интересы, цели и потребности молодого поколения, к каждой возрастной группе важен дифференцированный подход.

В.В. Павловский объединяет молодое поколение в 4 стадийные группы:

– 14–16 лет – подростки, для этого возраста характерны диспропорции в уровне и темпах физиологического и психологического развития;

– 17–19 лет – юношество, молодые люди проходят процесс социализации, утверждают себя в жизни и своих планах на нее, применяют на себе общественно-политические роли и связанные с ними интересы и ответственность;

– 20–24 года – студенты и молодые люди, завершающие основную профессиональную подготовку, вступающие в производственную деятельность и создающие собственные семьи;

– 25–30 лет – «старшая молодежь», которая уже полностью и осознанно нашла свое место в жизни» [1].

Следует отметить, что большинство проблем нынешней молодежи – это отголоски всех катаклизмов и конфликтов современного социума, истоки которого берут начало в СССР, например, «реформа А.Н. Косыгина», которую иными словами называют «пятилетка реформ», затронувшая практически все сферы жизнедеятельности человечества и оказавшая не только положительное, но и губительное влияние.

Россия ▼

2020

Население: 145,934,459

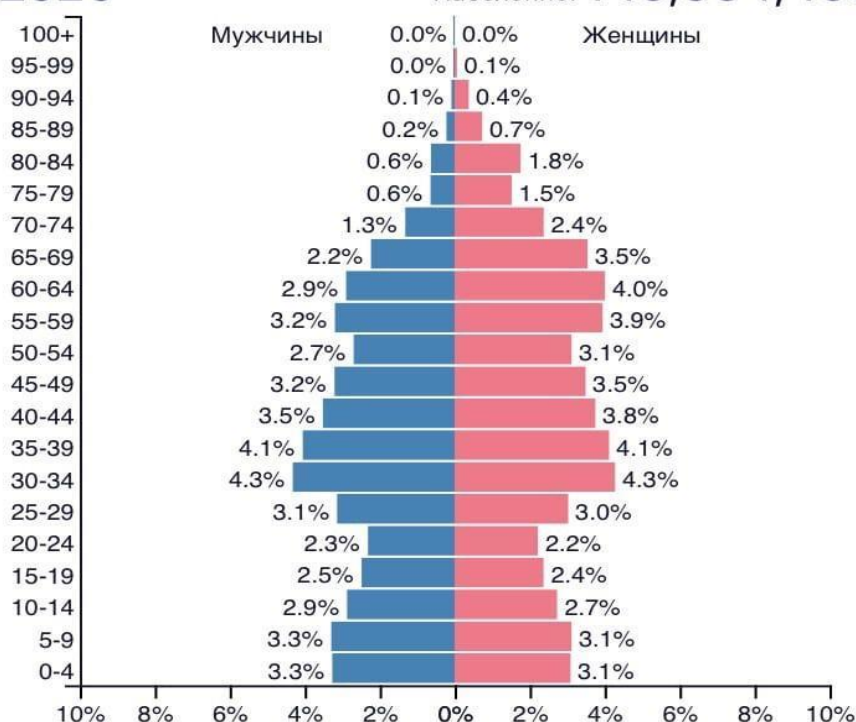


Рисунок 1. Демографическая пирамида Российской Федерации за 2020 год.

Данная демографическая пирамида России 2020 года – показатели половозрастного состава человечества (рис. 1). На изображении присутствуют регулярные «впадины» – это демографические ямы, которые указывают на небольшое количество рождаемости в определенном возрастном диапазоне, самая глубокая из них – это молодые люди, родившиеся в 1990-х; иными словами, в «период низкой рождаемости». Данный период, характеризующийся демографическими потерями, был вызван событиями, происходившими в советские времена и влияющими на все сферы жизни человечества.

Людей, родившихся в «период низкой рождаемости», социологи, согласно концепции поколений, называют поколением Y, иными словами, миллениалы. Чтобы выявить ценности и потребности нынешней молодежи, обратимся к анализу «Теории поколений» Нейла Хоува и Вильяма Штрауса и ответим на следующие вопросы: кто является поколением Y (миллениалы) и

Z (зумеры)? Что же все-таки нынешнее общество подразумевает под термином «поколение»?

Нейл Хоув и Вильям Штраус, американские ученые, в 1991 году разработали «Теорию поколений», согласно которой история развивается циклами, а каждый цикл подразделен на 4 категории: беби-бумеры, X, Y и Z. Исследователи полагают, что поколение – это общность людей, рождающихся каждые 15–20 лет и имеющих общие критерии: определенная модель поведения, типичная для данного поколения, значительно отличающаяся от их предшественников, возрастное положение в исторических рамках, общие верования.

Нейл Хоув и Вильям Штраус дают следующие характеристики поколениям. Поколение Y (миллениалы) родилось в период 1984–2000 гг. Социологи считают поколение миллениалов одним из наиболее тяжелых, так как на их сознание и мировоззрение повлияли неблагоприятные ситуации государственного уровня: развал СССР, огромные перемены в информационном и инновационном спектрах, передел мира. Все эти катаклизмы дали поколению Y чувство того, что в мире не существует ничего вечного, а любая власть может быстро потерять свой авторитет.

Миллениалов, в основном, интересуют виртуальные реалии: они отвергают устаревшие инновационные технологии, но с удовольствием общаются в интернет-сетях, так как это не требует много усилий и энергетических затрат, также социологи отмечают их любовь к компьютерным играм, сюжеты которых они порой переносят в реальную жизнь, из-за чего не умеют действовать самостоятельно, им нужен тот, кто направит на истинный путь.

Миллениалы отвергают обязательную надобность высшего образования, но, несмотря на это, ждут быстрого карьерного роста, так как не любят кропотливую работу, считая, что достойны большего. Исходя из этого, можно заметить, что для данного поколения собственный комфорт – главный принцип.

Последним, самым молодым поколением молодежи, согласно «Теории поколений» Нейла Хоува и Вильяма Штрауса, называют зумерами (2001–2015 гг.). Поскольку их самым старшим представителям на данный момент 19 лет, а самым младшим – 5, это поколение наиболее сложно описать, так как их личность, ценности и цели только начинают закладываться и формироваться.

Однако отметим, что поколение Z – это люди, привыкшие жить в информационном пространстве, именно поэтому, в первую очередь, они ценят в людях коммуникативные навыки.

Рассматривая социокультурные потребности поколений Y и Z, обратимся к исследованиям ученых – Л.И.Петрова и Т.С. Стрункиной [2; 5; 6].

Потребности молодежи совершенно отличаются от потребностей людей старших поколений, проходя через формирование идеалов и становления взглядов на мир, оставаясь все так же динамичными, поскольку некоторые из потребностей имеют неустойчивый и переменный темперамент, подстраиваясь под тренды, социальное окружение, различные перемены в обществе, сферах жизнедеятельности человека и т.п.

Отечественные ученые, трактуют термин «социокультурные потребности» следующим образом: социокультурные потребности – это соединение культурных и социальных потребностей.

Чтобы определить свойства социокультурных потребностей, необходимо взять за основу самый базовый термин – потребность. Потребности – нужда или недостаток в чем-либо, необходимом для поддержания жизнедеятельности организма, человеческой личности, психического и психологического состояний.

Л.И. Петров трактует социальные потребности следующим образом: «социальные потребности – это нужда в самореализации, общении, социальном обслуживании, стремлении получить похвалу и т.п.» [2]. Культурные потребности, прежде всего, проявляются в активном стремлении

индивида к духовному развитию, образованию, познанию эстетических ценностей.

Отметим, что социальные и культурные потребности тесно взаимосвязаны между собой, поскольку в большей степени проявляется зависимость от культурной среды; зависимость от социального статуса и уровня образования индивида, всеобщего развития его личности. Вопреки всем сходствам, необходимо обратить внимание и на их отличительные признаки: например, социальные потребности сопутствуют человеку с его рождения (врожденные), а культурные – возникают при становлении личности под влиянием социализации индивида в обществе.

Исходя из вышесказанного, отметим, что Т.С. Стрункина в работе «Социокультурные потребности как объект междисциплинарного синтеза» доказывает, что индивид старается отыскать отражение культуры социума в своей жизни в ходе социального взаимодействия [6].

Социокультурные потребности индивида являются основополагающим фактором определения его будущей деятельности, отвечающим как за прогресс, так и за деградацию его личностного развития [5].

Молодое поколение, как было замечено ранее, имеет свои характерные черты и специфику, но при этом, в отличие от других возрастных поколений, более направлено на становление успешного будущего для себя. Молодежь, в первую очередь, нуждается в поиске себя, своего потенциала, в постановке жизненных целей, гражданском и профессиональном становлении. Из-за скрытого противоречия молодому поколению очень трудно найти и реализовать себя, так как в данном процессе первостепенную значимость для них представляют учреждения культуры и образования.

Социокультурные потребности трансформируются в течение всей жизни индивида, попадая под влияние социальных изменений, времени. Например, потребность в поиске жизненных целей. Постановка целей – это концентрация сил индивида и активности на том, что должно быть достигнуто. Отметим, что это постоянный процесс, меняющийся в течение

всей жизни под влиянием определенных факторов и ситуаций. Молодым людям трудно осознать ориентиры на свое будущее из-за социальной неадаптивности, поэтому старшему поколению необходимо направлять их на истинный путь и помогать подходить к своим целям индивидуально, так как каждый человек уникален.

Потребность в четких правилах и границах, которых должно придерживаться старшее поколение, – одна из «тонких» и первостепенных проблем современного социума, поскольку без четких границ молодому поколению трудно успешно самореализоваться и создать свои внутренние границы, желания, цели.

Чтобы конфликт между поколением «отцов» и «детей» не обретал новые и острые проблемы, влияющие, в основном, на психическое здоровье молодых людей, важно слышать и понимать друг друга.

Изучение социокультурных потребностей молодежи – важнейшая задача общества и государства, которая нуждается в наиболее глубоком исследовании, поскольку молодое поколение находится на «первом этапе» становления личности. Чтобы ближе узнать молодежь и помочь им в реализации их возможностей, организации устраивают мониторинг молодежных настроений, основываясь на результатах опросов, политика государства создает всевозможные комфортные условия для реализации благоприятной социокультурной среды молодежи, ориентируясь на такие аспекты, как дифференцированность потребностей и интересов, доступность, результативность.

Список используемой литературы:

1. *Павловский В.В.* Ювентология: проект интегративной науки о молодежи / В.В. Павловский. – М.: Академический проект, 2001. – 188 с.
2. *Петров Л.И.* Потребность как предмет социокультурной рефлексии // Омский научный вестник, 2012. – № 3. – С. 238–242.

3. Российская школа теории поколений. URL: <https://rugenerations.su/category/теория-поколений/> (дата обращения: 07.12.2020)

4. *Степанова Ю.Ю.* Социокультурные потребности современной молодежи // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 39. – С. 3021–3025. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970931.htm> (дата обращения: 04.11.2020).

5. *Стрункина Т.С.* К проблеме социокультурных потребностей молодежи: философско-исторический анализ // История и философия образования, 2015. – № 6. – С. 214–219.

6. *Стрункина Т.С.* Социокультурные потребности как объект междисциплинарного синтеза / Т.С. Стрункина // Технологический центр. – 2015. – № 2.

7. Федеральная служба государственной статистики // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения: 6.11.2020).