



УДК 379.81

Е.Б. Оселечник,

Э.Э. Велиев

Оселечник Елена Борисовна, кандидат философских наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), fine10000@yandex.ru

Велиев Этибар Эльдарович, магистрант 1 года обучения направления «Социально-культурная деятельность» Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), rosprazdnik@mail.ru

МАССОВЫЙ ПРАЗДНИК И МОЛОДЕЖЬ

Приведены результаты социологического исследования отношения молодежи к массовым праздникам, позволяющие оценить востребованность различных видов праздников и их организационных аспектов.

Ключевые слова: молодежь, массовый праздник, досуг молодежи.

Е.В. Oseledchyk,

Е.Е. Veliyev

Oseledchyk Elena Borisovna, candidate of philosophical sciences, associate professor of welfare activity Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), fine10000@yandex.ru

Veliyev Etibar Alimzhanov, undergraduate 1-year course, direction "socio-cultural activity in Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), rosprazdnik@mail.ru

MASSIVE HOLIDAY AND YOUTH

Are the results of the sociological survey of attitudes of young people to mass holidays, to assess the demand for various kinds of celebrations and their organizational aspects.

Keywords: youth mass youth, leisure holiday.

Современное общество отличается неоднородностью, наличием большого количества социальных страт, имеющих свои собственные социальные и культурные интересы и приоритеты. Одновременно сосуществуют противоречащие друг другу ценностные мировоззренческие системы, что оказывает разрушительное действие на целостность общества. Практика показывает, что такая ситуация может привести даже к распаду государства или его перерождению.

Особенно подвержена негативному воздействию молодежь, которая в силу возрастных психологических особенностей наиболее возбудима и революционна, не способна критически оценить последствия своих действий. Воспитание молодежи в духе социальной идеологии, национальной идеи становится в таких условиях первоочередной задачей. При этом надо учитывать особую эмоциональную мобильность молодых людей, стремление к ярким впечатлениям, что полностью может удовлетворить массовый праздник.

Праздник во всех своих аспектах всегда органично входил в жизнь общества. Выполняя социальные, культурные, педагогические функции, он

способен интегрировать различные социально-демографические группы в единую этническую общность, формировать национальный менталитет.

Нами была поставлена задачи выявить отношение молодых людей к массовым праздникам, их предпочтения и ориентации на определенные виды праздников, оценку различных организационных аспектов. Это должно было дать понимание места массового праздника в досуге молодежи.

Был проведен опрос среди студентов различных вузов. Оказалось, что каждый хотя бы раз был зрителем на массовом празднике, но участие в подобных мероприятиях принимали лишь 70% опрошенных; 40% респондентов нравится, как проводятся праздничные мероприятия в нашем городе, 40% не нравятся, 20% затрудняются ответить.

85% опрошенных студентов регулярно посещают праздничные мероприятия, 8% – редко, 7% – затрудняются ответить на этот вопрос.

Больше половины респондентов (55%) очень любят посещать массовые праздники, 30% относятся к этому более сдержано, но им тоже нравится посещать подобные мероприятия; «когда как» ответили 11% опрошенных, а 49% не очень нравятся шумные гуляния.

Для 90% респондентов важна зрелищность мероприятия, 10% к этому немного равнодушны («не очень важно»).

Концертная программа очень важна 25% опрошенных, 25% ответили «важно», а половине (50%) концертная программа не очень важна. Место проведения мероприятия важно 25%; 50% затрудняются ответить, 25% – «совсем не важно».

Транспортное обслуживание «очень важно» для 25% опрошенных, 50% - «важно», 25% – «совсем не важно».

Сам праздник важен лишь для 50% респондентов, 25% затрудняются ответить, 25% – «не очень важно, какой праздник».

Время проведения мероприятия важно для 75% опрошенных, 25% ответили, что им не очень важно время проведения праздника.

Наличие знаменитых артистов для 75% не очень важно, а для 25% – очень важно.

Сценарий мероприятия очень важен для 15% опрошенных, 35% затрудняются ответить, а 50% считают сценарий не очень важной частью мероприятия.

Безопасность при проведении праздника важна для 50% респондентов, 25% затрудняются ответить, и 25% отвечают, что для них это совсем не важно. Продолжительность проведения мероприятия для 75% респондентов не очень важна, 25% затрудняются ответить.

Мнения респондентов о музыкальном сопровождении разделились поровну: 25% считают это очень важным, 25% – важным, 25% – затрудняются ответить, 25% считают, что это не очень важно.

По важности самих праздников места распределились следующим образом:

1 место. 9 мая – 70%; День города – 25%; 1 мая – 5%.

2 место. День студента – 99%, День работника культуры – 1%.

3 место. День России – 80%, 1 мая – 5%, День города – 5%.

65% опрошенных считают самым лучшим семейный праздник, 33% – городской (массовый) праздник, 2% – православный.

По результатам изучения данной темы можно сделать следующий вывод: в наши дни идет активная социально-культурная работа по организации различных праздничных мероприятий. И эта работа не проходит бесследно, праздничная культура нашего общества постепенно растет. Молодежь отходит от сложившихся стереотипов, что семейный праздник это только застолье с салатами и спиртными напитками, а встреча Нового года – это салат оливье, елка и Голубой огонек.

Сегодня многие возвращаются к дореволюционным праздничным традициям и учатся насыщать домашние праздники различными конкурсами и костюмированными спектаклями, небольшими концертами.

Но все же на сегодняшний день этот процент невелик. Как можно увидеть из результатов анкетирования, людям нужен лишь сам факт праздника (причем не важно, какой конкретно). Это можно объяснить тем, что сегодняшняя молодежь имеет очень плотный рабочий и учебный график и в выходные, а тем более в будние дни у человека нет практически ни минуты на отдых. Этим объясняется также повышенная потребность людей в эмоциональной разрядке, психологическом отдыхе от груза современных проблем.

Таким образом, праздник для современного человека – это одна из немногих возможностей для человека отвлечься от повседневных дел, отдохнуть, повеселиться, пообщаться с друзьями, завести новые знакомства. А для социума – путем передачи культурных и идеологических ценностей объединить людей, сохранить их как целостную общность.

Список используемой литературы:

1. *Чекулаева Е.О.* Сто великих праздников. М.: Вече, 2007. 432 с.
2. *Гужова И.В.* Праздник в контексте деятельностно-аксиологического подхода // Наука. Технология. Инновации: Материалы Всерос. науч. конф. молодых ученых: в 7 ч. Новосибирск: Изд-во Новосиб. госуд. техн. ун-та, 2006. Ч. 6. С. 69–71.
3. *Гужова И.В.* Праздник как средство нравственного и художественно-эстетического воспитания личности // Образование и искусство в формировании целостной личности: междисциплинарные стратегии и комплексные технологии (опыт, проблемы, перспективы): сб. материалов Всерос. науч.-метод. конф. Томск, 3–5 декабря 2002 г. – Томск: Томский гос. ун-т, 2005. С. 49–51.