



СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ И ОБЩЕСТВО

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ.
ИЗДАЕТСЯ С 2012 ГОДА. ВЫХОДИТ 1 РАЗ В ГОД

Выпуск 13, 2025

Главный редактор

И. И. КАЛАЧЁВА – доктор исторических наук, профессор.

Заместитель главного редактора

А. И. СМОЛИК – доктор культурологии, профессор.

Редакционная коллегия:

Д. К. БЕЗНЮК – доктор социологических наук, профессор.

Д. В. ДУК – доктор исторических наук, профессор.

Е. Н. КВИЛИНKOVA – доктор исторических наук, доцент.

Е. Е. КУЧКО – доктор социологических наук, профессор.

В. Ф. МАРТЫНОВ – доктор культурологии, профессор.

Н. Н. МЕЗГА – доктор исторических наук, профессор.

С. А. ПИВОВАРЧИК – доктор исторических наук, доцент.

А. В. РУБАНОВ – доктор социологических наук, профессор.

И. Н. СИДОРЕНКО – доктор философских наук, доцент.

И. Р. ЧИКАЛОВА – доктор исторических наук, профессор.

Ответственный секретарь

А. Э. САЛИКОВ – кандидат культурологии, доцент.

Современная молодежь и общество

Сборник научных статей

Выпуск 13, 2025

Адрес редакции: 220007, г. Минск, ул. Московская, 15, каб. 527.

Тел.: + 375 (17) 396-30-74, e-mail: modernyouth2012@mail.ru

<https://nihe.bsu.by>

Сборник входит в Перечень научных изданий Высшей аттестационной комиссии Республики Беларусь для опубликования результатов диссертационных исследований по социологическим наукам и культурологии. Публикуются также статьи по историческим наукам (этнографии, этнологии, антропологии).

Позиция авторов научных статей, представленных в сборнике, может не совпадать с позицией редакции. Перепечатка, перевод, а также размещение материалов сборника научных статей в интернете возможны только по согласованию с редакцией. При использовании материалов ссылка на сборник научных статей обязательна. Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования и экспертного отбора.

Modern Youth and Society

Collections of Scientific Articles

Volume 13, 2025

Editorial Address: 15, Maskoŭskaja street, Minsk, Belarus, 220007.

Tel.: + 375 (17) 396-30-74, e-mail: modernyouth2012@mail.ru

<https://nihe.bsu.by>

The collection is included in the List of Scientific Journals of Higher Attestation Commission of the Republic of Belarus for the Publication of the Results of Dissertation Research on sociological sciences and culturology. Articles on history (ethnography, ethnology, anthropology) are also published.

The position of the authors of the scientific articles collections presented in the collection does not always coincide with the position of the Editorial Board. Reprint, translation, and placement of the materials of the scientific articles collections on the Internet is possible only with the approval of the editorial board, when using the materials, a link to the collection of scientific articles is required. The published materials have passed the procedure of double review and expert selection.

Подписано в печать 12.06.2025.
Формат 60×84 1/8. Бумага офсетная.
Ризография.
Усл. печ. л. 11,6.
Уч.-изд. л. 11,6.
Тираж 27 экз.
Заказ 49.

Компьютерная верстка *К. А. Капустиной*
Корректор *И. М. Подоматько*
Издатель и полиграфическое исполнение:
ГУО «Республиканский институт высшей школы».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/174 от 12.02.2014.
ул. Московская, 15, 220007, г. Минск.
© Оформление. ГУО «Республиканский
институт высшей школы», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ

<i>Бельский А. М.</i> Социальный портрет современной белорусской молодежи (по материалам социологических исследований).....	5
<i>Калачёва И. И.</i> Презентация поколений в белорусском социуме как условие преодоления коммуникативных барьеров в процессе сохранения исторической памяти.....	13
<i>Ли Вэйвэй.</i> Современные компьютерные технологии как инструмент белорусско-китайских молодежных межкультурных коммуникаций.....	20
<i>Лира Н. М.</i> Экстремистские проявления молодежи как объект социологического анализа	26
<i>Пилипенко Е. В.</i> Ценностное отношение студенческой молодежи экономического профиля к высшему образованию	32
<i>Рихтикова А. Г.</i> Инновационное развитие регионов как объект социологических исследований в контексте реализации государственной молодежной политики в Республике Беларусь	38
<i>Сонич К. Н.</i> Основные стратегии Digital-маркетинга в работе с молодежной аудиторией в современной гостиничной индустрии.....	44
<i>Чэнь Сяоцзяо.</i> Нормативно-правовые особенности трансформаций в институте семьи в китайском и белорусском обществе	50

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

<i>Гужалоўскі А. А.</i> Узнікненне беларускага Клуба вясёлых і знаходлівых як формы сучаснай смехавай культуры	56
<i>Дорожкин А. С.</i> Молодежные субкультуры: проблематика самоидентификации и идентичности в знаково-символическом пространстве.....	61
<i>Крывалан А. Д.</i> Медыяспажыванне як рытуальная практыка канструявання культурнай ідэнтычнасці моладдзю	67
<i>Саликов А. Э.</i> Молодежь в сфере культуры: от типологии к концептуализации.....	71
<i>Смолик А. И.</i> Культура как фактор формирования высших ценностей и движущих сил жизнедеятельности молодежи	76
<i>Янь Пэнфэй.</i> Современное состояние и проблемы популяризации традиционной музыкальной культуры Китая в молодежной среде.....	81

ИСТОРИЯ (ЭТНОГРАФИЯ, ЭТНОЛОГИЯ, АНТРОПОЛОГИЯ)

<i>Кухаронак Т. І.</i> Традыцыйныя формы зносін моладзі ў вясковай супольнасці: па матэрыялах палявых этнаграфічных даследаванняў	87
<i>Шевченко Я. С., Крумлевская А. А.</i> Ассоциативные образы Беларуси как часть механизма передачи национальных культурных традиций (по материалам полевых этнологических исследований студенческой молодежи Витебщины 2023–2024 гг.)	92

РЕЦЕНЗИИ

Рецензия на коллективную монографию «Историческая память как фундаментальная ценность белорусского народа» под общей редакцией И. И. Калачёвой	97
--	----

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ.....	100
--------------------------	-----

СОЦИОЛОГИЯ

УДК 316.346.32-053.6:303.425.2(476)

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

SOCIAL PORTRAIT OF MODERN BELARUSIAN YOUTH (BASED ON SOCIOLOGICAL RESEARCH MATERIALS)

А. М. Бельский

*кандидат социологических наук, доцент,
заведующий Центром оперативных исследований,
Институт социологии Национальной академии наук Беларуси (Минск, Беларусь)*

A. M. Belski

*Candidate of Sociology, Associate Professor,
Head of the Center for Operative Research,
Institute of Sociology of the National Academy of Sciences (Minsk, Belarus)*

E-mail: ksander_mogilev@mail.ru

Социологический анализ молодежи как особой социально-демографической группы является ключевым направлением современных социологических исследований. В статье охарактеризованы отдельные компоненты ценностного сознания молодежи в разрезе таких его ключевых составляющих, как здоровье, семья, труд, патриотизм, гражданственность. Эмпирической базой для этого выступили результаты республиканских социологических опросов, проведенных Институтом социологии Национальной академии наук Беларуси в 2023 г. Сделан вывод о том, что подобного рода анализ предоставляет возможность выявлять основные тенденции и закономерности социального развития молодых людей, разрабатывать эффективные стратегии молодежной политики, тем самым обеспечивая устойчивость общественной динамики.

Ключевые слова: молодежь; социализация; семья; здоровье; труд; патриотизм; гражданственность.

Sociological analysis of youth as a special socio-demographic group is a key area of modern sociological research. The article characterizes individual components of the value consciousness of young people in the context of such key components as health, family, work, patriotism, and citizenship. The empirical basis for this was the result of republican sociological surveys conducted by the Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Belarus in 2023. It is concluded that this kind of analysis makes it possible to identify the main trends and patterns of development of young people, develop effective strategies for youth policy, thereby ensuring the sustainability of social dynamics.

Keywords: youth; socialization; family; health; work; patriotism; citizenship.

Молодежь всегда выступала одной из наиболее динамичных и перспективных социальных групп общества. Будучи проводниками социальных, культурных и технологических инноваций, молодые люди оказывают значительное влияние на направление и интенсивность развития социума [1]. Именно поэтому изучение молодежи как особой социально-демографической

группы является важной и актуальной задачей современной социологии.

Одной из ведущих фигур в белорусской социологии молодежи является Е. Бабосов. В своих работах он анализировал ценностные ориентации, социальные установки и культурные предпочтения белорусской молодежи. Е. Бабосов исследовал особенности социализации молодежи в условиях

трансформации белорусского общества [2]. Значимый вклад в социологический анализ молодежной проблематики внес А. Левко. В своих публикациях он уделял большое внимание изучению социальной активности, политических ориентаций и досуговых практик молодежи Беларуси [3]. Важная роль в развитии социологии молодежи в Беларуси принадлежит А. Титаренко [4]. В своих работах она анализировала процессы формирования молодежной идентичности, влияние образования и профессиональной занятости на социальное самоопределение молодежи в условиях цифровизации. Значительный вклад в изучение молодежи в Беларуси внес Д. Ротман [5]. Его работы раскрывают особенности социализации, образа жизни и социальных ориентаций белорусской молодежи в современных условиях. Таким образом, социология накопила уникальный опыт исследования молодежи, внося важный вклад в понимание ее роли и специфики в трансформирующемся белорусском обществе.

Целью данной статьи выступает формирование социального портрета современной белорусской молодежи (18–30 лет), основанного на ее ценностном сознании в разрезе таких его ключевых составляющих, как здоровье, семья, труд, патриотизм, гражданственность. Эмпирической базой для этого выступают результаты республиканских социологических опросов, проведенных Институтом социологии Национальной академии наук Беларуси в 2023 г. Объем выборочных совокупностей – 1800 респондентов (выделены оценки и мнения респондентов в возрасте 18–30 лет), ошибка выборки – 2,2 %. Метод сбора информации – анкетный опрос по месту жительства.

Ценности современной молодежи

Ценности, являясь своеобразным социальным регулятором поведения, играют важную роль в формировании личности. По результатам опроса была получена иерархия ценностей современной белорусской молодежи. Так, самой важной для молодых людей является ценность здоровья (72,6 %), на втором месте – семья (60,6 %), на третьем – материальный достаток (56,8 %). Каждый второй опрошенный также обозначил для себя значимость

своих родных и близких (50,9 %). Не менее важными для молодежи выступают друзья и дружба (47,4 %). Любовь и дети как ценность отмечены 40,9 % и 37,9 % респондентами соответственно.

Среди приоритетных ценностей респондентами также были указаны интересная работа и профессия (34,4 %), карьера и профессиональная самореализация (32,6 %), знание, образование, познание мира (27,1 %). Эти категории условно создают профессионально-образовательную группу ценностей, которая имеет важное значение для определения будущей трудовой активности молодежи. При этом практически на этом же уровне в ценностном мире молодежи находятся душевный покой и комфорт (33,8 %).

Далее ценности расположились следующим образом: свобода (20,3 %), самореализация (18,8 %), совесть, честь и достоинство (18,5 %), родина (16,2 %), возможность получать удовольствие и развлекаться (14,4 %), человеколюбие и помощь людям (14,1 %). Несколько реже молодежь обозначает такие ценности, как творчество (8,8 %) и секс (7,1 %).

Более основательные социальные ценности – государство, общественное признание и власть, религиозная вера и умение довольствоваться малым – осознаются позднее и получают свое место в ценностной иерархии каждого человека в более зрелом возрасте, однако их формирование происходит в процессе взросления. Данная группа ценностей была отмечена менее чем 10 % молодежи (рис. 1).

Здоровье как ценность

Ведущей жизненной ценностью белорусской молодежи является здоровье. Данные опроса подтверждают серьезное отношение молодых людей к его сохранению и укреплению. Белорусская молодежь высоко оценивает состояние своего здоровья. Так, «хорошим» его назвал каждый третий опрошенный (32,6 %), а «скорее хорошим» – почти каждый второй (54,7 %). В свою очередь как «скорее плохое» свое здоровье охарактеризовало только 5,0 % респондентов, а как «плохое» – 0,9 %. Затруднились ответить 6,8 % (рис. 2).

Более половины опрошенной белорусской молодежи придерживается здорового

питания (54,7 %)¹, однако 41,8 %² респондентов указали на обратное. Затруднились ответить 3,5 % (рис. 3).

Наиболее популярными способами поддержания собственного здоровья среди молодых людей выступили: контроль собственного питания (42,1 %), занятия физической культурой и спортом (42,1 %) и подвижный образ жизни (41,8 %). Помимо этого, каждый третий участник опроса старается меньше нервничать (33,8 %), регулярно проходить медицинский осмотр, диспансеризацию (31,5 %), избегать или отказаться от вредных привычек (31,2 %). Каждый пятый представитель молодежи для поддержания здоровья принимает препараты, повышающие иммунитет, и соблюдает режим сна (по 21,8 % соответственно). Реже всего в качестве меры заботы о здоровье участники опроса называли соблюдение рекомендаций лечащего врача (14,4 %). Другие способы поддержания здоровья указали 0,6 %. В свою очередь каждый десятый опрошенный признался, что не делает ничего особенного для заботы о собственном здоровье (10,0 %). Затруднились ответить 4,1 % (рис. 4).

Самыми распространенными факторами, которые, по мнению белорусской молодежи, оказывают негативное влияние на их здоровье, является стресс (64,4 %)



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Что для вас в жизни является наиболее важным?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Оцените, пожалуйста, состояние вашего здоровья», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

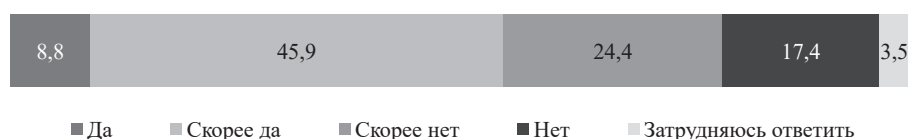


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Придерживаетесь ли вы здорового питания?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

и недостаток сна (50,3 %). Каждый четвертый (24,7 %) респондент указал, что на состоянии его здоровья сказывается малоподвижный образ жизни, а каждый пятый – отсутствие отдыха и досуга (19,7 %). Реже в качестве негативных факторов

¹ Сумма ответов «да» и «скорее да».

² Сумма ответов «нет» и «скорее нет».

назывались: несоблюдение режима питания (17,4 %), физически тяжелая работа (15,3 %), употребление «вредной» еды

(14,1 %), табакокурение, вейпинг (12,4 %), употребление алкоголя (10,9 %), вредные условия труда (10,6 %) и плохое состояние окружающей среды (9,1 %).

В исключительных случаях в качестве негативных факторов, влияющих на здоровье, опрошенные называли побочные эффекты медицинских препаратов – на них указало только 1,5 % соответственно. В то же время 8,2 % участников опроса считают, что ничего из перечисленного не сказывается на состоянии их здоровья. Затруднились с ответом 6,5 % (рис. 5).

Семья как ценность

По результатам опроса большинство молодых людей (73,3 %) оценивают свою осведомленность об истории семьи как «хорошую», каждый пятый опрошенный (19,1 %) считает, что мало знает о жизни предшествующих поколений и оценивает свою осведомленность как «плохую». Затруднились с ответом 7,6 % респондентов (рис. 6).

В вопросе планирования семьи значительную роль играют жизненные обстоятельства, включающие в себя жилищные условия, работу и карьерные перспективы, надежного партнера, поддержку родственников и др. С учетом реальных жизненных обстоятельств 42,6 % молодых белорусов считают для себя оптимальным иметь двоих детей. В то же время на одного ребенка готовы 29,4 % опрошенных, на троих – 7,0 %, а на четверых и более – только 0,6 %. При этом 8,2 % в актуаль-



Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Как вы поддерживаете свое здоровье?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 5. Распределение ответов на вопрос «Что из нижеперечисленного хуже всего сказывается на состоянии вашего здоровья?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

ных жизненных обстоятельствах вообще не готовы к рождению детей, а 12,2 % затрудняются с ответом, что во многом указывает на неопределенность респондентов и трудности с планированием будущего.

Изменение материальных и иных условий в лучшую сторону становится существенным стимулом для появления третьего ребенка: доля молодежи, готовой стать многодетными родителями в идеальных условиях, увеличивается почти вдвое и составляет 13,7 %. Также увеличивается и доля тех, кто готов на четверых и более детей – 3,2 %. Установка на двухдетность остается стабильно преобладающей вне зависимости от обстоятельств (47,5 %), а пятая часть респондентов отдает предпочтение одноподетной семье (21,6 %). Не готовы к рождению детей вне зависимости от жизненных обстоятельств 2,6 % молодых белорусов. Затруднились ответить 11,4 %.

В целом, молодежь расценивает родительство позитивно: 49,3 % убеждены, что рождение ребенка укрепляет семью, 44,6 % считают, что дети эмоционально обогащают родителей, 32,7 % указывают на то, что родительство является важным аспектом для самореализации мужчин и женщин, а 30,6 % видят в детях помощников в различных делах и опору в старости. Реже молодежь отмечала то, что

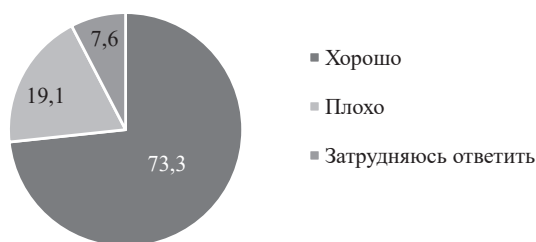


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос «Насколько хорошо вы знаете историю своей семьи?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «С какими из следующих утверждений вы согласны в большей мере?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 8. Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, по какой причине современные пары не могут иметь желаемое количество детей?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

быть родителем – это престижно (9,6 %). При этом 7,6 % респондентов убеждены, что если в семье несколько детей, то их легче правильно воспитать, а затруднились ответить – 3,5 % (рис. 7).

В качестве основных причин, препятствующих появлению желаемого количества детей, респонденты выделили: страх, что ребенка не удастся обеспечить всем необходимым (64,1 %); финансовые трудности (57,1 %), а также отсутствие жилья или возможности его приобрести (47,2 %), желание пожить для себя (42,3 %), отсутствие уверенности в завтрашнем дне (31,5 %), состояние здоровья (27,4 %), непосредственное отсутствие желания становиться родителем (25,4 %). Невозможность совмещения профессиональной деятельности и воспитания ребенка отметили 18,4 % участников опроса, тогда как простое нежелание взять на себя ответственность за жизнь ребенка указали 16,6 %. Такие аспекты, как отсутствие партнера или сложные взаимоотношения с ним, назвали 13,4 % и 7,9 % соответственно. Всего 2,6 % респондентов отметили отсутствие препятствий для деторождения, а 1,5 % – затруднились ответить. Несмотря на то, что материальные факторы лидируют в вопросах планирования семьи, установка на «жизнь для себя» также остается существенным фактором откладывания рождения детей (рис. 8).

Труд как ценность

Реализация себя в трудовой активности является важным аксиологическим компонентом. В рамках исследования респондентам из числа работающей молодежи был задан ряд вопросов с целью выявления степени их удовлетворенности различными аспектами трудовой деятельности. Реже всего молодые люди выражали неудовлетворенность такими аспектами труда, как отношения в коллективе (9,9 %) и с руководством (12,8 %), непосредственное содержание работы (15,7 %). Каждый пятый указывал на неудовлетворенность занимаемой должностью (19,8 %) и условиями труда (22,3 %), каждый четвертый – возможностями повышения квалификации (25,2 %), уровнем обеспеченности необходимым оборудованием (26,0 %) и социальным пакетом (26,4 %). Почти треть молодых участников опроса отметили, что не удовлетворены перспективами карьерного роста (30,2 %). Аспектом, вызывающим наибольшую степень недовольства у представителей молодежи в сфере трудовых отношений, оказался размер заработной платы: им не удовлетворены 46,7 % (рис. 9).

Патриотизм и гражданственность

В качестве наиболее значимых критериев патриотизма опрошенные указали: необходимость жить и работать в Беларуси – 40,5 %, любовь к белорусской культуре и языку – 36,9 %, активную деятельность на благо страны – 32,3 %, готовность в трудные

времена защищать страну – 31,4 %, уважение к государственной символике и истории Беларуси – 29,9 %. Реже всего респонденты упоминали чувство связи с белорусами (18,7 %) и сопоставление собственных интересов с интересами государства (15,1 %). Затруднились ответить на данный вопрос 10,6 % опрошенных молодых людей (рис. 10).

Гражданственность как связь человека и государства тесно переплетается с патриотизмом и выражается на эмоциональном, когни-



Рис. 9. Распределение ответов на вопрос «Насколько вы удовлетворены...», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

тивном и поведенческом уровнях. Среди критериев гражданственности в представлениях белорусской молодежи ведущие позиции занимают: необходимость иметь белорусское гражданство (43,2 %), уважение к истории Беларуси (35,6 %), необходимость соблюдать законодательство страны (34,4 %), возможность иметь гражданские права и свободы (34,1 %), чувство ответственности за судьбу своей страны (27,5 %). Несколько реже упоминалась активная гражданская позиция (17,8 %), ощущение чувства единства со своим народом (17,2 %), а также уважение государственной символики (14,2 %). Затруднились с ответом на вопрос 3,6 % опрошенных (рис. 11).

Понятие Родины является ключевым в системе патриотических ценностей, в связи с чем принципиальным является вопрос о его содержательной наполненности в сознании молодежи.

Согласно полученным данным, более половины опрошенных молодых людей (56,8 %) назвали своей Родиной страну, в которой они родились, 42,9 % указывают на конкретное место рождения, 33,2 % отмечают, что это страна, в которой они проживают. В свою очередь, для четверти опрошенных (25,4 %) Родина – это земля предков, а для 11,2 % – конкретный населенный пункт, в котором они проживают. Затруднились с ответом на вопрос 3,0 % участников опроса (рис. 12).

Участие в общественно-политической жизни страны является показателем сформированной и зрелой гражданственности. Участие в ней может иметь различные формы. Среди опрошенных выделились три наиболее распространенные: участие



Рис. 10. Распределение ответов на вопрос «Что для вас значит быть патриотом Беларуси?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 11. Распределение ответов на вопрос «Что для вас значит быть гражданином Беларуси?», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет



Рис. 12. Распределение ответов на вопрос «Что для вас лично значит слово “Родина”», в % от числа опрошенных в возрасте от 18 до 30 лет

в выборах Президента – 60,4 %, участие в выборах в Парламент – 25,4 % и в местные Советы депутатов – 22,1 %. В работе профсоюзных организаций принимают участие 12,7 % респондентов. Иные формы участия не распространены среди молодых людей и находятся в диапазоне от 4,5 % до 0,3 %. В свою очередь, каждый третий опрошенный (34,1 %) не участвует в общественно-политической жизни вовсе.

Более половины молодых людей, принявших в течение последнего года участие в мероприятиях патриотической направленности, посещали культурно-массовые мероприятия (62,2 %). Востребованными оказались спортивные мероприятия (59,5 %), а также информационно-просветительские (33,8 %). Посещаемость творческих и интеллектуальных конкурсов патриотической направленности среди респондентов несколько ниже – 18,9 %. Реже опрошенные принимали участие в социальных акциях и волонтерских инициативах (12,2 %), мероприятиях по популяризации белорусского языка (6,8 %), поисковой

и исследовательской деятельности (5,4 %). На другие мероприятия указали 1,4 %. Затруднились ответить 1,4 %.

Таким образом, молодежь является носителем перспектив и именно от того, насколько удачно сформированы ее взгляды не только относительно своего будущего, но и будущего своей страны, зависит современная жизнь и завтрашний день нашей республики.

Молодежь, являясь передовой группой в структуре общества, играет ключевую роль в социально-экономических, общественно-политических и культурных трансформациях. Молодежь выступает в качестве основного драйвера социальных инноваций. Будучи более открытыми к переменам, молодые люди первыми воспринимаяют и внедряют новые ценности, модели поведения, технологические решения. Понимание особенностей и тенденций развития этой возрастной группы становится важным фактором обеспечения устойчивости и прогрессивного развития социума

Список использованных источников

1. Бельский, А. М. Условия формирования гражданской позиции молодежи в социологическом измерении: современный этап / А. М. Бельский // Историческая память и преемственность, диалог поколений. Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. / под науч. ред. И. И. Калачёвой. – Минск: РИВШ, 2018. – Вып. 6. – С. 53–58.
2. Динамика ценностных ориентаций молодежи в трансформирующемся обществе / Е. М. Бабосов [и др.]; под общ. ред. Е. М. Бабосова. – Минск: Совр. слово, 2001. – 160 с.
3. Левко, А. И. Молодежь и ее жизненные проблемы в различном социально-культурном выражении / А. И. Левко // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. – Минск: РИВШ, 2014. – С. 8–18.
4. Титаренко, Л. Г. Модернизационный потенциал студенческой молодежи Беларуси: опыт эмпирического исследования / Л. Г. Титаренко // Петербургская социология сегодня: сб. науч. трудов. – Санкт-Петербург: Нестор-история, 2017. – Вып. 8. – С. 7–17.
5. Молодежь суверенной Беларуси: штрихи к портрету / Д. М. Булынько [и др.]; под ред. Д. М. Булынько, О. В. Иванюто, Д. Г. Ротмана. – Минск: БГУ, 2012. – 192 с.

Поступила / Received: 04.03.2025

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОКОЛЕНИЙ В БЕЛОРУССКОМ СОЦИУМЕ КАК УСЛОВИЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ В ПРОЦЕССЕ СОХРАНЕНИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ¹

PRESENTATION OF GENERATIONS IN THE BELARUSIAN SOCIETY AS A CONDITION FOR OVERCOMING COMMUNICATION BARRIERS IN THE PROCESS OF PRESERVING HISTORICAL MEMORY

И. И. Калачёва

*доктор исторических наук, профессор,
Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)*

I. I. Kalacheva

Doctor of Historical Sciences, Professor, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: irakalachova@yandex.ru

В статье рассмотрены представления старших и младших поколений о себе и других в современном белорусском социуме. На опыте фокус-групповых дискуссий, проведенных с разными поколениями, сделаны обобщения, касающиеся образа поколений, наличия/отсутствия межпоколенческих барьеров; поставлен вопрос о необходимости преодоления коммуникативных барьеров в процессе сохранения исторической памяти и формирования позитивных социальных ценностей, объединяющих разные поколения.

Ключевые слова: историческая память как ценность; преемственность традиций; старшие и младшие поколения; автостереотипы и гетеростереотипы; коммуникативные барьеры; социальные ценности.

The article examines the views of the older and younger generations about themselves and others in modern Belarusian society. Based on the experience of focus group discussions conducted with different generations, generalizations are made regarding the presence/absence of intergenerational barriers; the question is raised about the need to overcome communication barriers in the process of preserving historical memory and forming positive social values that unite different generations.

Keywords: historical memory as a value; continuity of traditions; older and younger generations; autostereotypes and heterostereotypes; communication barriers; social values.

Исследование поколений, фиксация общих черт и отличий в функционировании современного белорусского общества в восприятии разных когорт представляется ведущим направлением изучения важнейшей проблемы современности – сохранения и трансляции последующим поколениям традиций преемственности исторической памяти.

Каждое новое поколение, как известно, вступает в «конфликт» с предыдущим, так как формирует свои ценностные установки и представления о себе, своем поколении, своем выборе и приоритетах.

¹ По материалам НИР «Историческая память в системе базовых ценностей белорусского народа как фактор межпоколенной коммуникации и информационной безопасности», научный руководитель И. И. Калачёва (ГПНИ «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства», госрегистрация № 20212024 от 02.06.2021).

Историческая память является базовой скрепой для всех поколений, невзирая на возрастные отличия, несхожесть, противоречия, коммуникативные барьеры. Современными исследователями отмечается, что межпоколенческая коммуникация становится условием для взаимного понимания, для формирования доверия между старшими и младшими. Только в таком случае возможно создание целостной системы закрепления в памяти последующих поколений сущностных смысловых посылов предыдущих поколений, к каковым относится ценность исторической памяти.

Совершенно очевидно, что изменились основные способы передачи знаний – если в прошлом знания передавались от старших к младшим, и эта норма оставалась неизменной, то в современных условиях наблюдается новая тенденция – знания передаются от младших к старшим. Этот когнитивный диссонанс определяет специфику коммуникации между представителями разных поколений. Сдвиг в преемственности основной – знаниевой – функции от старших поколений к младшим оказывает существенное влияние и на формирование ценностной основы коммуникации. Доминантная позиция молодых поколений очевидна, так как уже на уровне жизненного старта они активно включены в процесс коммуникации посредством интернет-связи. За счет этого преимущества старшие поколения находятся в догоняющей позиции, поэтому возникают коммуникативные барьеры между представителями разных когорт.

Актуальными являются вопросы о том, каковы особенности коммуникации разных поколений, что необходимо сделать для улучшения межпоколенческих взаимодействий, как младшие поколения соотносят свои ценностные установки с установками старших поколений. Обратимся к понятиям «автостереотипы» и «гетеростереотипы» поколений. Т. Г. Стефаненко отмечает, что автостереотипы и гетеростереотипы

как понятия используются для выявления представлений о себе и о других («мы – они»). Резкое преобладание положительных автостереотипов «мы» и отрицательных «они» говорит о конфликтности или соперничестве между общностями (группами, организациями, этносами). Если в соотношении двух категорий стереотипов доминирует оценочный компонент, т. е. преобладает фактор повышенного внимания к стереотипам, связанный с образом другого – «они», то это служит показателем нарушения позитивной идентичности членов группы и размытого чувства «мы» [1, с. 246].

Цель данной статьи – изучить особенности автостереотипов и гетеростереотипов в представлениях младших и старших поколений как когорт, являющихся носителями и преемниками традиций преемственности в контексте исторической памяти.

В статье обобщены мнения участников фокус-групповых дискуссий, представителей старших и младших поколений – жителей Беларуси (2022 г.). Фокус-групповые дискуссии были проведены с четырьмя поколениями: послевоенным (родившиеся в период с 1943 по 1963 г.); советским поколением (родившиеся в период 1963–1983 гг.); поколением перестройки (родившиеся в период 1983–2003 гг.); современное (цифровое) поколение (родившиеся в период с 2003 г. по настоящее время)².

Термин «поколение» употребляется в современной литературе по гуманитарным наукам в разных аспектах: генеалогическом, в значении когорты (социальной общности), в символическом значении. Существует несколько значений понятия: демографическое, антропологическое, хронологическое, историческое, символическое [2, с. 6]. В социологической энциклопедии «поколение» описывается как возрастная генерация в семье: дочь, мать, бабушка, например, рассматриваются как репрезентанты младшего, среднего и старшего возраста, это поколение по прямой восхо-

² В основу данной классификации положен возрастной подход, основания которого разработали американские ученые Нейл Хоув, Вильям Штраус и описали их в своей работе «Поколения. История будущего в Америке». Они дали следующие определения: поколение Gi, Generation Item, или Победители (1900–1923); поколение P, Pensioners, или Молчуны (1923–1943); поколение BB, Baby Boomers, или Бумеры (1943–1963); поколение X, Иксы, или Неизвестные (1963–1983); поколение Y, Millennials, или Next (1983–2003); поколение Z, Дети Индиго (2003 г. по настоящее время); указанные возрастные границы условные, допускается расширение до 5 лет в обе стороны.

дящей линии. Параметр «возраста» значим для определения поколения лишь относительно, в демографическом измерении. Поколение – это группа людей, появившаяся на свет в течение определенного – сравнительно непродолжительного – периода времени [3, с. 749].

Поколение рассматривается как культурно-историческая общность людей, которая обладает особым «духом», «одной судьбой», опытом коммуникации внутри своей когорты, а также в отношении старших или младших представителей.

В данной работе нами взята за основу идея о поколении как культурно-исторической общности, являющаяся субъектом тех общественных процессов, которые происходили на территории нашей страны. Мы рассматриваем поколение как социальную группу, для которой как относительно устойчивой совокупности людей характерны общие интересы, ценности и нормы поведения, складывающиеся в рамках исторически определенного общества [4, с. 271].

Структурирование поколений в белорусском обществе нами начато с послевоенного времени и до сегодняшнего дня. За данный период произошли базовые изменения в развитии страны. До распада Советского Союза страна называлась БССР, а с момента образования отдельного государства получила название Республика Беларусь и стала суверенным демократическим государством. Очевидно, что жизненные сценарии старших и младших поколений пришлось на совершенно разные этапы исторического развития Беларуси.

Старшие поколения жили в Советском Союзе, и их образ жизни и ценностные ориентиры были сформированы в условиях достаточной стабильности, однако на их молодость пришлось большие перемены, обусловленные распадом Союза.

Эта когорта людей встала перед необходимостью трансформации своих представлений обо всех сторонах функционирования общества. Стабильность превратилась в хаос, многие люди потеряли работу, а значит и заработок, лишились постоянного места жительства, так как наблюдались процессы усиления миграционных переездов. Последующие поколения росли и формировались уже в новых условиях, когда в укладе жизни и представлениях не было

доминирующих ценностных установок советского прошлого, однако, и новые ценности еще не стали основой жизни. На смену XX в. пришел XXI в., который принес новые вызовы для новых поколений, началась эра информатизации и компьютеризации. Новое поколение XXI в. – это уже цифровое поколение, чье появление на свет, развитие, становление и жизнедеятельность происходят в очень тесном контакте «с целым миром» посредством гаджета. Доступность нового механизма коммуникации стало повседневностью.

Сложность изучения поколений как социокультурного феномена обусловило и характер предпринимаемых исследовательских процедур. Ученые, в частности, Ю. А. Левада задался вопросом: каковы цели подобной работы?

Возможности социологического исследования поколенческого среза исторического периода, например, XX в., могут разрабатываться в двух планах – через изучение особенностей различных возрастных групп; через анализ структуры поколений (элитарной, символической) и ее значения. Автор указывает, что для социологического анализа поколений, сменяющих друг друга, важными представляются прежде всего временные рамки формирования (социализации) определенных возрастных групп, которые приходятся на особо значимые, переломные периоды.

В социологическом анализе исторического процесса, как отмечает Ю. А. Левада, мы всегда имеем дело не с «демографическим» поколением (как совокупностью людей определенного возраста), а с определенными значимыми «поколенческими группами или структурами» (последнее понятие охватывает также механизмы и нормы взаимодействия между людьми). Можно отметить, замечает автор, что в рамках определенного периода выделяются поколения, формирующие определенные значимые образцы или рамки поведения и мысли, соответствующий набор символов – это так называемые значимые поколения [5, с. 7–14].

Представители современного поколения Z говорят о себе как о поколении, обладающем очевидными отличиями от старших. Они называют себя новыми людьми, которые обладают рядом уникальных черт, таких как свободолюбие, толерантность,

творческий взгляд на окружающую действительность, способность к постоянному обучению, целеустремленность и др.

«...Наше поколение ассоциируется с толерантностью и свободой..., я очень впечатлена развитием движения “Black Lives matter”, которое, по моему мнению, является своеобразным описанием нового поколения, то есть поколения, к которому я принадлежу также. Мы очень целеустремленные люди, мы ставим цели и их добиваемся. С самого раннего детства мое поколение включается в образование, чего только стоит воспоминание о том, как мои родители водили меня в разные кружки и центры. И все для того, чтобы я лучше была подготовлена к жизни...». «...Наше поколение – это настоящие самородки... Мы развили новое отношение ко многим явлениям в окружающей жизни, что дало толчок для формирования новых отношений между людьми... Настоящий прорыв – это Tiktok, социальная сеть, в рамках которой общение и обмен информацией получает глобальное развитие. Получить за наименьшее количество времени наибольший объем информации, именно полезной информации – это ли не достижение молодых!» (фокус-групповая дискуссия с представителями современного поколения Z).

«Мое поколение для меня ассоциируется с доступом к информации, можно сказать, что для нас информация стала более существенной и более влиятельной на все стороны жизни, по сравнению, к примеру с моими родителями. Это способствует более быстрому пониманию явлений, происходящих в мире и в стране, для нас более доступны образовательные курсы и интернет-ресурсы, мастер-классы, тренинги и пр. Можно сказать, что наше поколение ассоциируется с новыми возможностями, которые появились именно в последнее время».

Олег, 18 лет, высказал оригинальное мнение, которое сложилось у него как ассоциация о себе и своем поколении. «Наше поколение – это принятие новых молодежных веяний, тенденций, инноваций... это свежесть, да это как свежий ветерок... Это уже заметно даже в отношениях с теми, кто старше всего на каких-то 10 лет. Старшим трудно принять это новое, свежее, неизбитое...» (фокус-групповая дискуссия с представителями современного поколения Z).

Обращаясь к мнениям о себе представителей более старшего поколения, которое нами исследовано в сравнительном аспекте, выделим его отличительные особенности в оппозиции «мы – старшие, они – младшие».

К старшему поколению относим тех респондентов, которых мы назвали послевоенным поколением – это родившиеся в период 1943–1963 гг.

В самом общем представлении об этом поколении известно, что это поколение тружеников, поколение, родители которых победили во Второй Отечественной войне и выжили в сложнейших испытаниях. Это люди, которые своим трудовым подвигом послевоенного времени заложили основу для будущей жизни нашей страны сейчас. Это поколение, которое в численном составе было настолько уменьшено, что это сказывалось на всех сторонах жизни – экономике, политике, образовании. Мужчин было так мало, что женщинам приходилось выполнять мужскую работу, в повседневной жизни и вовсе заменять мужчин, ушедших на войну и не вернувшихся или вернувшихся инвалидами.

«Наше поколение – это поколение честных, ответственных, добросовестных людей, которое выросло в сложных условиях. Ведь наши родители были или участниками боевых действий, или трудились на нужды фронта. Мои родители были в тылу, работали в леспромхозе, обеспечивали помощь фронту. Поэтому с детства я был приучен к самостоятельности, нужно было оказывать помощь по дому, быть и воспитателем для младших – брата и сестры. Но такие условия закалили мой характер, а служба в Советской Армии укрепила мои лучшие черты: совестливость, уважение к другим людям, веру в идеалы Советского Союза».

«Послевоенное поколение – “чудом выжившие” – я бы так назвала нашу когорту. У нас было сложное взросление. Вот, например, нас у родителей было четверо. Я как старшая была “Большухой”, это звучит теперь смешно, но мне в те годы было не до смеха. Я за всех отвечала, была “третьим родителем” для своих братьев и сестер. Меня называли “Большухой”, а я обижалась, думала, что это оскорбление. Позже поняла, что это традицией предписанная роль, которая издавна существует в русских семьях (я из российской глубинки). Так было заведено... старшие дети помога-

ют нянчиться с младшими... у белорусов то же самое, теперь я уже знаю».

«На наше поколение огромное влияние оказали события, которые выпали на наше взросление. Например, полет Юрия Гагарина в космос. И Валентины Терешковой. Я смотрела по телевизору, так как их постоянно показывали, и говорила родителям: «Я тоже Валентина, я тоже хочу полететь, я тоже хочу стать космонавтом». Конечно, на наше формирование влияло образование. О том, чтобы не учиться после школы, вообще мыслей не было».

«...Если ты получал специальность, то знал, что не останешься за «бортом», специальность будет «кормить тебя всю жизнь»... Это то, что придавало силы для движения...»; Елена, 66 лет, «...учеба в университете открыла новые возможности... Студенты чувствовали себя частью устойчивой системы. ...Это очень важно. Была уверенность, оптимизм и стабильность... Я счастлива, что жила в то время...».

Каждый из участников фокус-групповой дискуссии подчеркивал огромное значение общественных организаций и движений, таких как пионерия, комсомол, трудовые строительные отряды.

На послевоенное поколение особое влияние оказывали недавние события Великой Отечественной войны. С одной стороны, родственники и близкие люди, которые являлись участниками этих событий, а с другой стороны, выпуск художественных и документальных фильмов по теме. А также литературы, театральных премьер, песен и пр.

В образе поколения отражены такие черты, как уважение к старшему поколению как поколению победителей, почитание их подвигов и свершений, их огромных усилий за дела и инициативы, милосердие и любовь к людям, благодарность и доброжелательность, расположение к окружающим, к миру природы.

В сравнительном аспекте автопортретов самых старших и самых младших участников исследования заметны следующие отличия. Если младшие сосредоточены на представлении о себе как инициативной, творческой, свободно мыслящей когорте, то старшие явно выделяют такие черты, как высокий уровень ответственности, уважение, трудолюбие, помощь и др. Общие тенденции также заметны – стремление к образованию, целеполагание и целе-

устремленность, информированность, осведомленность.

Советское поколение – это поколение респондентов, родившихся в период с 1963 по 1983 г. (примерно). Условность названия данного поколения также очевидна, так как и послевоенное поколение – это тоже советские люди. Однако, в данном случае, мы прибегаем к характеристике «советский народ» как обобщенному понятию. Образ советского поколения в восприятии современных людей вызывает неоднозначные оценки. Почему? С одной стороны, это, безусловно, целый ряд масштабных достижений этого поколения, которые повлекли изменения в жизни людей и в функционировании государства, это огромная роль и влияние коммунистической партии на образ жизни, уклад, мировоззрение людей.

С другой стороны, анализ происшедших явлений, событий и фактов вызывает множество негативных оценок о жизни советского человека. Портрет поколения также отражает эту дуальность.

Респонденты-участники групповой дискуссии отмечают, что для их поколения характерны такие черты, которые были сформированы под влиянием переломных событий того периода, конца 90-х гг. XX в. Это Чернобыльская катастрофа, экономический кризис, переход от аналогового способа передачи информации к цифровому. И, конечно, распад Советского Союза на отдельные государства.

«...про Чернобыльскую катастрофу хорошо помню, я тогда школьником был, мы как раз были на спортивных соревнованиях в райцентре. Через три дня к нам заехала из Минска моя сестра и сообщила, что произошла авария, на улицу не нужно выходить, а нужно прятаться». Я как раз родился в Воложинском районе, а это место, где выпали радиоактивные осадки в больших количествах. Мы слышали, что, мол, ничего страшного, в принципе...» (фокус-групповая дискуссия с представителями советского поколения).

«...Когда стало понятно, что произошло, стало происходить нечто невообразимое, так как стали вывозить людей из загрязненных районов. Я училась в мединституте, видела, как врачей отправляли встречать зараженных людей и размещать их в поликлиниках, пионерских лагерях и т. д. Представьте целые составы, тысячи и тысячи

людей... Дозиметров не было. Мама моя, врач, участвовала в этой миграции. Она получила высокую дозу радиации и умерла в 1989 году» (фокус-групповая дискуссия с представителями советского поколения).

Экономический кризис был ощутим для этого поколения уже где-то в конце 70-х – начале 80-х, но острее всего он проявился во второй половине 80-х, ближе к 90-м годам XX в.

«... Задача была выжить,... помню мешок гречки, который как-то купила моя бабушка. Мы ее долго ели и ели, после этого я лет 10 не мог смотреть на неё. И потом отсутствие денег, средств... обнищание...». «...Ездили за продуктами в Вильнюс, там и хлеб вкуснее был, и докторская колбаса была всегда, ... тетрадки были лощеные, а так как в школе мы писали чернильными ручками, то такие тетрадки были очень востребованы, писать в них было одно удовольствие. Но потом после развала Союза мы были потрясены, когда поехали в Вильнюс за покупками и увидели пустые полки в магазинах... Такой шок был... Вообще ничего нету, даже консервов...».

«... Все помнят начало предпринимательства, это обычно была своя точка на рынке, свой павильон... Ездила в Польшу за покупками...». Жизнь семьи поменялась как-то кардинально. Нас родители как-то по-другому стали учить, настраивать. То есть мы понимали, что мы уже не будем так жить и учиться как в Советском Союзе» (фокус-групповая дискуссия с представителями советского поколения).

Как очевидно, поколение советских людей пережило сложное время потрясений и перестройки уклада, трансформации устоявшихся принципов функционирования и жизненных приоритетов. Если 60–70-е гг. можно назвать более спокойными и размеренными с точки зрения организации быта, условий для жизни людей, то уже в более поздний период в 80–90-е гг. этому поколению пришлось решать сложнейшие вопросы, не только материальные, но вопросы мировоззренческие, идеологические. Представителям этого поколения нужно было начинать все сначала, «с нуля», искать новую работу, обустривать быт, получать еще одно образование и т. д. Однако, в то же время для этой категории граждан открылись новые возможности. Новые условия оказали влияние на образ советско-

го поколения: с одной стороны, советские люди всегда воспринимались как люди с устоявшимися принципами жизнеустройства, в которых приняты как норма уважение и любовь к человеку, патриотизм и демократия, вера в идеалы коммунизма и социализма, интернационализм, братство, солидарность. С другой стороны, развал большой страны вызвал изменения в мировоззренческих установках миллионов граждан, что повлияло на нравственные ценности людей, их привычки, нормы и стандарты в поведении, принятии решений.

Автопортрет поколения перестройки, или их называют поколением Y, Millennials, или Next, являются носителями совершенно новых черт в своем образе, но их портрет еще не изучен и не исследован до конца. Это поколение сегодня находится на этапе жизненных достижений и расцвета в карьере. Именно это поколение является ключевым с точки зрения трудового ресурса, оно составляет социальный капитал страны, его потенциал востребован во всех сферах современной жизни. Поколение перестройки в тесной связи с представителями старшего поколения, опираясь на его опыт, находится на пике своего профессионального развития и семейной жизни.

«...Мне кажется, что наше поколение может больше заиклено на поиске себя, ... своем месте в жизни, может быть поиске духовности...»; «...если нас сравнивать со старшим поколением, то они более социально-ориентированные что-ли. Они больше между собой общаются, дружат, помогают, встречаются. ... У нашего поколения, мне кажется, какая-то дезориентация в ценностях... нет такого чего-то общего, что все принимают за абсолют...».

«...Мне кажется, наше поколение можно проследить по популярным сериалам. Например, я ощущаю себя совершенно непохожим на героев сериала “Друзья”, как те, кому недавно исполнилось 18. Я лично больше похож на героев сериала “Как я встретил вашу маму”. Если привести в пример известного блогера (любого), то, с точки зрения его мировоззрения, мы больше похожи на такой тип личности, как у блогера (условного)» (фокус-групповая дискуссия с представителями поколения перестройки, 1983–2003 гг. рождения).

«...Саморазвитие – это черта нашего поколения, на мой взгляд, у нас много воз-

возможностей, по сравнению с нашими родителями. «...Слушаю я блогеров иногда тоже и прихожу к выводу, что в целом в их выступлениях сквозит мысль о том, что в нашем поколении больше признаков индивидуализма, здорового эгоизма...».

«...Наше поколение более гибкое, чем старшее поколение. Это, если я сравниваю себя со своими родителями и, в целом, со старшими. Мы более гибко воспринимаем любые трудности, мы как бы не по рельсам идем, нам как бы проще сойти с рельс, чем тем, кто постарше... Для них это будет трагедия, а для нас – нет...».

Таким образом, межпоколенческая коммуникация является важнейшим фактором функционирования социума, так как каждое новое поколение вносит свой вклад в сохранение важнейших ценностей, к которым, несомненно, относится историческая память белорусского народа. Тем самым происходит процесс постоянного воспроизводства социально-значимых ценностей и приумножение наследия, его капитализация. Каждое новое поколение формирует свои представления о себе, о других и тем самым участвует в передаче и обновлении культурных знаний.

Подводя итог высказываниям старших и младших респондентов, участников групповой дискуссии, отметим преобладание положительных мнений о своем поколении в сравнении с другими (старшими или младшими). В то же время в процессе дискуссии не выделены факторы-конфликтогены, что позволяет подчеркнуть низкий уровень критичности и конфликтности между

представителями разных возрастных общностей. Наличие оценочных компонентов свидетельствует скорее о желании найти отличия, чем высказать неуважительное (даже презрительное) отношение к другим поколениям.

Автопортрет, описанный устами представителей старших и младших поколений, выявляет позитивные стороны образа-профиля разных поколений, но в то же время значительные замечания и факторы-отличия, высказанные респондентами, указывают на трансформации в общественных процессах. Если старшие поколения относятся к традиционному и посттрадиционному обществу, то младшие являются представителями информационного общества, они – люди цифрового мира, «цифровые» («электронные») люди.

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что результаты групповых дискуссий с представителями разных поколений показали, что в белорусском социуме главная функция межпоколенной коммуникации, которая состоит в поддержании континуальности культурного поля и культурной идентичности, сохраняется. Однако, по мнению С. В. Чернецкой, если же эта континуальность и идентичность разрушаются, то сама межпоколенная коммуникация, а также выполнение ею функции достижения взаимопонимания поколений, передачи и обновления культурных знаний, социальной интеграции и воспроизводства социальной солидарности общества делается проблематичным» [2, с. 13]. Данное исследование не выявило этой тенденции.

Список использованных источников

1. Стефаненко, Т. Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения / Т. Г. Стефаненко. – Москва, Изд-во Моск. ун-та, 2008. – С. 246.
2. Чернецкая, С. В. Межпоколенная коммуникация: барьеры и конфликты: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Чернецкая Светлана Владимировна; Рост. гос. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2003. – 23 с.
3. Социология. Энциклопедия / сост. А. А. Грицанов, В. А. Абушенко, Г. М. Евелькин [и др.]. – Минск: Книжный дом, 2003. – С. 749.
4. Кравченко, А. А. Социология в схемах и определениях: учебное пособие / А. А. Кравченко. – Москва: Проспект, 2013. – С. 271.
5. Левада, Ю. Поколения XX века: возможности исследования / Ю. Левада // Мониторинг обществ. мнения: экон и соц. перемены. – 2001. – № 5. – С. 7–14.

Поступила / Received: 17.02.2025

СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКИХ МОЛОДЕЖНЫХ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

MODERN COMPUTER TECHNOLOGIES AS A TOOL OF BELARUSIAN-CHINESE YOUTH INTERCULTURAL COMMUNICATION

Ли Вэйвэй

аспирант, Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

Li Weiwei

Postgraduate Student, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: lig116066@gmail.com

В статье рассматривается вопрос трансформации коммуникационных процессов, произошедший в последние десятилетия. Основное внимание уделяется тому, как современные технологии и цифровые платформы изменили способы общения, взаимодействия и самовыражения людей в различных социальных контекстах. Описываются новые формы коммуникации, возникают концепции, такие как «интерактивность» и «персонализация», которые становятся краеугольными камнями цифрового взаимодействия. В исследовании также обращается внимание на вопросы идентичности, межкультурной коммуникации и влияние цифровизации на молодежные субкультуры.

Ключевые слова: молодежь; современные компьютерные технологии; интернет; межкультурная коммуникация; межкультурные коммуникационные инициативы.

The article examines the issue of transformation of communication processes that have occurred in recent decades. The focus is on how modern technologies and digital platforms have changed the way people communicate, interact and express themselves in various social contexts. New forms of communication are described, concepts such as “interactivity” and “personalization” arise, which become the cornerstones of digital interaction. The study also draws attention on issues of identity, intercultural communication and the impact of digitalization on youth subcultures.

Keywords: youth; modern computer technologies; Internet; intercultural communication; intercultural communication initiatives.

Развитие цифровых технологий и глобализация существенно изменили коммуникацию, открывая новые подходы к межкультурному взаимодействию. Исследования показывают, что интерактивность и доступность цифровых ресурсов способствуют формированию новых сообществ и культурных связей, что, в свою очередь, открывает новые горизонты для межкультурного обмена и взаимодействия. Особенно актуально это в рамках белорусско-китайских отношений, где молодежные инициативы становятся важным инструментом для изучения и интеграции культур в условиях современного мира.

Актуальность исследования обусловлена тем, что глобализация делает страны и культуры взаимозависимыми, а молодежь как наиболее уязвимая к новым технологиям группа играет центральную роль в формировании культурных связей.

Такие традиционные формы общения, как, например, печатные издания и телевидение, постепенно уступают место цифровым медиа, например, социальным сетям, блогам и видеоплатформам. Это приводит к изменениям в методах обмена информацией и структуре взаимодействия, активно вовлекая аудиторию и превращая ее из пассивных потребителей в активных

участников. В исследовании С. Э. Лебедевой и ее соавторов была подробно рассмотрена концепция цифровой медиатизации. Эта концепция акцентирует внимание на росте интерактивности и персонализации. Авторы также подчеркнули, что цифровизация изменяет коммуникационные модели, снижая уровень физического взаимодействия с помощью таких инструментов, как мессенджеры и видеозвонки. Это явление называется «коммуникацией отсутствия» и показывает, что физическое присутствие становится менее значимым [2, с. 70].

В условиях интенсивной цифровизации трансформация коммуникационных процессов затрагивает все социальные группы. В особенности это касается молодежи. Переход от традиционных форм общения к современным цифровым медиа оказывает значительное влияние на способы взаимодействия молодых людей друг с другом и с окружающим миром. Учитывая, что объектом исследования является молодежь как социальная группа, дадим ей краткую характеристику.

В учебном пособии В. Т. Лисовского отмечено, что молодежь – это группа людей в возрасте от 14 до 30 лет, границы которой могут варьироваться в зависимости от социокультурных обстоятельств. В этот период молодые люди формируют свою социальную зрелость, определяют жизненные цели и ориентиры, что связано с поиском социальных ролей и чувством неопределенности. Они «пробуют» различные роли, что влияет на их будущее. Социализация молодежи может происходить как посредством традиционных институтов, например, семьи, учебных заведений, дружеских связей, так и через современные форматы,

например, онлайн-сообщества, молодежные организации [4, с. 301].

Схематическое представление процесса трансформации молодежной межкультурной коммуникации в цифровую эпоху показано на рисунке 1.

Цель статьи – раскрыть роль современных компьютерных технологий в трансформации белорусско-китайских молодежных межкультурных коммуникаций, а также проанализировать их влияние на формы взаимодействия, обмен знаниями и культурными ценностями.

В контексте межкультурной коммуникации речь идет не столько о конкретных индивидах, относящихся к возрастной группе «молодежь», сколько о культурном коде, носителем которого они являются. Исходя из этого, необходимо кратко осветить вопрос молодежной культуры.

По мнению Н. В. Целепедис, молодежная субкультура – культура, существующая в рамках более широкой культурной среды. Она имеет свои ценности и ритуалы, возникшие в ответ на изменения в обществе. Молодежная субкультура способствует самовыражению и взаимодействию и выполняет функции формирования чувства общности и удовлетворения потребностей в эмоциональных связях. При этом она может выступать против традиционных ценностей. Ключевыми элементами молодежной субкультуры являются мода, музыка, специфический жаргон и др. Все структурные элементы способствуют идентификации и взаимодействию участников. В условиях глобализации эти «субкультуры» часто выходят за локальные рамки, создавая межкультурные связи и открывая новые возможности для обмена опытом и знаниями [6, с. 190].

Развивая мнение автора, отметим, что молодежь является активным и восприимчивым социальным субъектом. Это обуславливается несколькими ключевыми факторами. Во-первых, современные коммуникационные технологии, например, интернет и социальные сети, предоставляют доступ к разнообразным культурным текстам, способствуют обмену информацией



Рис. 1. Схематическое представление процесса трансформации молодежной межкультурной коммуникации в цифровую эпоху

и формированию новых социальных связей. Во-вторых, молодежные субкультуры возникают как результат стремления к самовыражению и поиску идентичности, а межкультурная коммуникация становится инструментом экспериментов с социальными ролями и нормами. Этот процесс способствует культурному развитию и толерантности, позволяя юношам и девушкам осознавать разнообразие традиций. В-третьих, участие в онлайн-сообществах и международных программах обмена углубляет понимание различных культур и развивает навыки, необходимые для будущей профессиональной деятельности в многонациональной среде.

Как было отмечено ранее, сегодня межкультурная коммуникация упростилась посредством внедрения в диалоговую практику современных компьютерных технологий. Основой такого общения является Интернет. Он оказывает значительное влияние на межкультурную коммуникацию среди молодежи, затрагивает различные аспекты общения, поиска информации и формирования индивидуальной идентичности. Высокая доступность и широкий спектр ресурсов способствуют созданию условий для взаимодействия молодежных групп, представленных различными культурами и взглядами.

Интернет стал важным инструментом образования, общения и культурного обмена среди молодежи. Согласно исследованию Н. В. Целепедис, одним из ключевых факторов, способствующих эффективному общению в Интернете, является анонимность взаимодействия с людьми из разных регионов мира. Анонимность позволяет юношам и девушкам свободно делиться своими мыслями и переживаниями, не испытывая страха осуждения, что особенно актуально для индивидов, сталкивающихся с трудностями в реальных межличностных отношениях. Интернет также предлагает разнообразные форматы общения, например, социальные сети, форумы и онлайн-игры, что способствует возникновению субкультур и сообществ, объединяющих молодежь по интересам и увлечениям. Эти взаимодействия позволяют не только вести коммуникацию, но и обмениваться культурными ценностями и практиками [6, с. 190].

Интернет функционирует как инструмент самообразования. Молодежь активно

использует онлайн-курсы, вебинары и образовательные платформы, что содействует развитию межкультурной компетенции, способствующей пониманию и уважению к различным культурным традициям [5, с. 88–94]. Виртуальные коммуникации позволяют молодым людям изучать культурные различия и традиции, которые могут быть недоступны в их непосредственном окружении. Общение с представителями других стран способствует не только изучению языков, но и освоению культурных особенностей, что является важным условием успешной межкультурной коммуникации.

Таким образом, за последние десятилетия трансформация коммуникационных процессов, вызванная цифровизацией, существенно изменила традиционные методы межкультурного взаимодействия, сделав приоритетом новые форматы, например, социальные сети и блоги. Молодежь активно адаптируется к новым условиям. Интернет становится ключевым инструментом межкультурной коммуникации в этой социальной группе. Он обеспечивает доступ к разнообразным культурным текстам и способствует развитию межкультурной компетенции. Эти процессы повышают уровень понимания и уважения к культурному многообразию, что является важным элементом эффективного общения.

В последние годы в мире наблюдается активное развитие межкультурных коммуникаций, что обусловлено глобализацией, интеграцией и расширением международного сотрудничества. В этом контексте белорусско-китайские отношения становятся особенно актуальными. Именно в этот период на первое место вышли цифровые технологии. Развитие онлайн-платформ, видеоконференций и социальных сетей открыло новые горизонты для межкультурного диалога, позволяя людям из разных уголков мира поддерживать связи и взаимодействовать, несмотря на физическую изоляцию. Этот процесс не только изменил традиционные форматы общения, но и способствовал укреплению межкультурных связей, порождая новые формы сотрудничества и взаимопонимания.

Говоря непосредственно о трансформации молодежной межкультурной комму-

никации Беларуси и Китая, отметим, что изменения коснулись преимущественно сферы науки и образования. Рассмотрим некоторые успешные, на наш взгляд, примеры цифровизации диалога.

Примером является программа Huawei «Семена будущего», которая в 2020 г. прошла онлайн и объединила студентов из Беларуси и Китая для обучения в сфере ИТ [1]. В рамках данной образовательной программы молодые люди из Беларуси и Китая имели возможность принять участие в совместном групповом проекте «Tech4Good» [3].

Другим примером эффективного применения современных компьютерных технологий в белорусско-китайских отношениях является инициатива Посольства Китая в Беларуси по проведению онлайн-лекций по дорожному праву для китайских студентов. Она была реализована 17 декабря 2021 г. Цель инициативы – обмен знаниями, укрепление правовой грамотности и повышение безопасности студентов. Лекции были направлены на увеличение осведомленности о правилах дорожного движения и правовой самозащите [8].

С 20 по 21 октября 2022 г. в Минске прошел форум «Беларусь – Китай: мост инноваций», организованный научно-технологическим парком «Барышник» Белорусского государственного технического университета и Институтом науки и технологий имени Конфуция. Мероприятие собрало около 200 участников, среди которых представители китайских и белорусских предприятий, ученые, аспиранты и студенты. Мероприятие проводилось в офлайн и тестовом онлайн формате. Форум включал три секции: демонстрацию продуктов, обсуждения и конкурс проектов, где было представлено более 120 докладов. Конкурсанты из Беларуси и Китая продемонстрировали свои разработки в трех группах. Инновационные идеи и проекты стали основой для будущего сотрудничества и научно-технического взаимодействия между двумя странами [11].

Следующим примером является национальный павильон Китая в Беларуси. С момента запуска канала Белорусского национального павильона на платформе Douyin в мае 2022 г. количество подписчиков превысило 1 миллион, что подтверждает значительный интерес китайской аудито-

рии к белорусской культуре и традициям. Данный проект, реализуемый совместными усилиями белорусских и китайских партнеров, стал одним из крупнейших зарубежных образовательных ресурсов в социальных сетях, направленных на продвижение Беларуси среди китайских пользователей. В рамках инициативы было создано 357 коротких видеороликов, знакомящих зрителей с белорусской историей, достопримечательностями и культурой. Канал также активно использует функции прямых трансляций, что позволяет вовлекать как белорусские, так и китайские молодые таланты, обеспечивая взаимодействие и обмен мнениями. Более того, проект выполняет коммерческую функцию, способствуя продажам белорусских товаров на китайском рынке [7].

Одним из значимых шагов в укреплении этих связей стало открытие первой сети SCOLAR 22 июня 2024 г., филиала молодежной платформы Шанхайской организации сотрудничества, созданного на базе факультета международных отношений Белорусского государственного университета. Церемония подписания соответствующего соглашения, состоявшаяся в режиме видеоконференции, стала знаковым событием и подчеркнула стремление обеих стран к укреплению образовательных и культурных связей. Важное значение этого события подтверждают участники встречи, среди которых были высокопрофессиональные представители образовательных учреждений и дипломатических миссий. Филиал SCOLAR стал важной платформой для объединения молодых лидеров из различных регионов, а именно студентов, выпускников и молодых специалистов. Цель инициатив сети SCOLAR заключается в том, чтобы помочь молодым людям внести свой вклад в развитие как своих стран, так и всего Евразийского региона. Использование современных компьютерных технологий в этом контексте может способствовать более глубокому взаимопониманию между культурами, развитию навыков межкультурной коммуникации и созданию условий для успешного сотрудничества [9].

Не менее показательным может считаться непосредственная коммуникация молодых людей из Беларуси и Китая. Примером белорусско-китайского сотрудничества яв-

ляется платформа по кибербезопасности «EraTech», разработанная студентами БГУ и Китая. Целью платформы является обучение сотрудников организаций, использующих цифровые технологии, что актуально из-за роста кибератак. «EraTech» предлагает онлайн-курсы с теоретическими модулями и практическими заданиями, включая видеоуроки и статьи от экспертов. Важной частью платформы являются тренажеры, имитирующие киберполигоны, что помогает пользователям развивать навыки защиты от кибератак [10].

Анализируя примеры взаимодействия молодежи из Беларуси и Китая в контексте межкультурной коммуникации, можно выделить несколько основных тенденций.

1. Важным аспектом является цифровизация образовательных программ (онлайн-программы Huawei «Семена будущего» и лекции по дорожному праву). Эти инициативы подчеркивают стремление молодежи к развитию профессиональных навыков и обмену знаниями в международной обстановке. Проводя обучение на английском языке, программы не только расширяют доступ к информации, но и способствуют формированию общего языкового пространства, что критически важно для межкультурного общения.

2. Активное использование смешанных форматов – офлайн и онлайн (форум «Беларусь – Китай: мост инноваций»). Такой подход также соответствует современным трендам, характеризующимся интерактивностью и персонализацией общения, где молодые люди становятся не просто зрителями, но и активными участниками процесса.

3. Многофункциональное онлайн взаимодействие (канал Белорусского нацио-

нального павильона на платформе Douyin). Этот проект успешно сочетает образование и коммерцию. То есть социальные сети становятся инструментом не только для культурного обмена, но и площадкой для продвижения товаров и услуг.

4. Использование онлайн формата и межкультурной коммуникации для совместного решения современных вызовов (сеть SCOLAR и проект «EraTech»). Они позволяют поделиться опытом и знаниями на международном уровне.

Таким образом, в последние годы межкультурная коммуникация претерпела изменения, обусловленные глобализацией и цифровыми технологиями, особенно заметными в период пандемии. Цифровизация расширила возможности для межкультурного взаимодействия и обмена знаниями, создав новые виртуальные платформы. Создание молодежных инициатив, ориентированных на совместное решение актуальных задач, способствовало обмену знаниями и развитию навыков межкультурной коммуникации. Особенно остро необходимость в этих изменениях ощущалась в условиях пандемии. Формирование онлайн-инициатив и образовательных программ стало катализатором для расширения межкультурного взаимодействия и профессионального обмена, что позволило создать виртуальные платформы для передачи знаний и интеграции культур. Новые форматы мероприятий способствовали повышенной доступности и интерактивности, облегчая вовлечение участников. Участие молодежи в совместных инициативах способствовало обмену знаниями и развитию межкультурных навыков, что подчеркивает важность цифровых ресурсов для эффективного общения в многонациональной среде.

Список использованных источников

1. «Семена будущего» впервые в Беларуси в формате онлайн. Итоги глобальной программы Huawei. – URL: <https://belta.by/society/view/semena-buduschego-vpervye-v-belarusi-v-formate-onlajn-itogi-globalnoj-programmy-huawei-415872-2020/> (дата обращения: 01.10.2024).
2. Основные тенденции медиатизации современного социокультурного пространства / С. Э. Лебедева, Г. В. Вакку, С. Е. Степанова, А. Е. Касаткина // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2018. – № 4. – С. 69–76.
3. Программа Huawei «Семена будущего 2021». – URL: <https://science.bsuir.by/ru/konkursy-i-granty/huawei-seeds-for-future-2021> (дата обращения: 01.10.2024).
4. Социология молодежи: учебник / отв. ред. В. Т. Лисовский. – Санкт-Петербург: Изд. С-Петербургского ун-та, 1996. – 301 с.

5. Халилова, З. Э. Инструменты для самообразования / З. Э. Халилова // Информационно-компьютерные технологии в экономике, образовании и социальной сфере. – 2016. – № 4 (14). – С. 88–94.
6. Целепедис, Н. В. Особенности интернета как средства межкультурной коммуникации в молодежной среде: дис. ... канд. культурологии / Целепедис Наталья Викторовна. – Москва, 2009. – 190 с.
7. 中国抖音白俄罗斯国家馆订阅用户突破100万. – URL: <https://chn.belta.by/economics/view/100-22148-2023/> (дата обращения: 01.10.2024).
8. 我馆邀请白俄罗斯交通主管官员为中国在白留学生举办线上交通法讲座. – URL: <http://www.belarus-edu.cn/?c=index&a=show&id=67> (дата обращения: 01.10.2024).
9. 白俄罗斯国立大学开设了首个上海合作组织(SCO)青年平台分支机构SCOLAR Network. – URL: <https://bsu.by/cn/news/pervyy-v-belarusi-filial-molodezhnoy-platformy-dlya-stran-shos-scolar-network-otkryli-v-bgu-d/> (дата обращения: 01.10.2024).
10. 白俄罗斯国立大学的中国和白俄罗斯学生正在开发网络安全教育平台. – URL: <https://bsu.by/cn/news/-obrazovatelnuyu-platformu-po-kiberbezopasnosti-razrabatyvayut-kitayskiy-i-belorusskie-studenty-bgu-d/> (дата обращения: 01.10.2024).
11. 科技孔子学院顺利举办“白俄罗斯—中国：创新之桥”论坛活动. – URL: <https://times.bntu.by/news/11861-institut-konfuciya-forum-belarus-kitaj-most-innovacij-cn> (дата обращения: 01.10.2024).

Поступила / Received: 18.02.2025

ЭКСТРЕМИСТСКИЕ ПРОЯВЛЕНИЯ МОЛОДЕЖИ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

EXTREMIST MANIFESTATIONS OF YOUTH AS AN OBJECT OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS

Н. М. Лира

*аспирант, Институт социологии Национальной академии наук Беларуси
(Минск, Беларусь)*

N. Lira

*Postgraduate Student, Institute of Sociology
of the National Academy of Sciences of Belarus (Minsk, Belarus)*

E-mail: lira.n@polessu.by

В статье на основе результатов авторского социологического опроса целевой аудитории и педагогов-экспертов выявлены ключевые экстремистские проявления среди современной белорусской молодежи. Изучены внутренние (психологические) и внешние (социальные) факторы, детерминирующие распространённость различных форм молодежного экстремизма. Особое внимание уделяется молодежным объединениям, позитивным и негативным аспектам их функционирования. Автором обозначены основополагающие факторы, оказывающие влияние на социальное позиционирование молодых людей, включая их присоединение к разрушительным сообществам. В статье представлен комплекс практических мер по профилактике экстремизма среди молодежи.

Ключевые слова: экстремизм; молодежь; субкультуры; девиантность; общество.

Based on the results of the author's sociological survey of the target audience and expert teachers, the article identifies key extremist manifestations among modern Belarusian youth. The internal (psychological) and external (social) factors determining the prevalence of various forms of youth extremism have been studied. Special attention is paid to youth associations, positive and negative aspects of their functioning. The author identifies the fundamental factors influencing social positioning of young people, including their joining destructive communities. The article presents a set of practical measures to prevent extremism among young people.

Keywords: extremism; youth; subcultures; deviance; society.

В современном обществе проблема распространения молодежного экстремизма приобретает все большую актуальность и социальную значимость. Большинство и отечественных, и зарубежных исследователей полагают, что экстремизм – в основном молодежный феномен. Молодежь – особая социально-демографическая группа, находящаяся в процессе становления и развития социальной, психофизиологической, социокультурной и гражданской зрелости, приспособленной к исполнению социальных статусов и ролей, свойственных взрослым людям [1, с. 265]. Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, на 1 января 2024 г. численность молодежи в возрасте 14–30 лет составляла 1 628 339 человек, или 17,8 % от общей численности населения [2]. Таким образом, молодежь является од-

ной из самых многочисленных возрастных групп с достаточно широкими возрастными границами, имеющая свои социально-возрастные и социально-психологические характеристики, особенности социального и духовного развития.

На распространённость экстремизма большое влияние оказывают возрастные и связанные с ними психофизиологические особенности молодежи. Молодежный возраст строится вокруг кризиса идентичности, состоящего из серии социальных и индивидуально-личностных выборов [3, с. 298].

У молодых людей нет устойчивых духовно-нравственных ориентиров в силу недостаточного жизненного опыта, нет навыков самостоятельно принимать решения, анализировать причины и последствия своих социальных действий, им

свойственна эмоциональная возбудимость, лабильность, психологическая и мировоззренческая незрелость. На тягу молодых людей к сопротивлению, преодолению преград, упрямству, хулиганству и протесту против воспитательного авторитета указывал русский психолог Л. С. Выготский. Данные специфические черты характера молодежи он называет «доминантами усилия», которые сближаются с «доминантами романтики» – стремлениями молодых людей к неизведанному, рискованному, приключениям [4, с. 37]. Этому способствуют экстремальность мышления и действия, которые являются проявлением общих особенностей социальной группы, к которой принадлежит молодежь. Так, российские социологи В. И. Чупрова и Ю. А. Зубок отмечают, что экстремальность как отличительное свойство молодости присутствует во всех сферах жизни молодых людей. Крайние формы экстремальности приобретает форму экстремизма тогда, когда «экстремальные настроения приобретают смысл самоцели, специфика которой заключается в достижении социального резонанса» [5, с. 18–19].

Цель статьи: выявить особенности экстремистских проявлений среди белорусской молодежи и установить превентивные меры, снижающие рост экстремистских проявлений для защиты национальных интересов.

Важной особенностью молодежного возраста является то, что молодые люди критикуют и отвергают существующие нормы, идеалы, ценности, так как уверены, что они устарели и нуждаются в изменении. При этом многие молодые люди считают, что именно от их протестных действий будет что-то зависеть. Активный протест у молодежи вызывает отсутствие доверия со стороны взрослых, гиперопека, подавление индивидуальности и инициативности, дискриминации молодежи в связи с ее возрастом, ограничении возможностей физического и духовного развития, а также принятии самостоятельно решений. Все это приводит к недовольству и отчаянному желанию избавиться от контроля со стороны взрослых, а также сопротивлению установленным в обществе социальным нормам.

В процессе генезиса экстремизма среди молодежи большое влияние оказывают

социальные и социокультурные факторы. Такие, как ослабление и отсутствие воспитательной работы в школах, училищах, институтах и на предприятиях; упразднение массовых детских и молодежных общественных организаций; разлагающее влияние средств массовой информации, в которых показывается насилие и преступность; снижение уровня жизни; замена подлинных общечеловеческих ценностей ценностями мнимыми, суррогатными; отсутствие высоких идеалов у молодежи и взрослого населения; массовое распространение и доступность для детей и подростков алкоголя и наркотиков; уничтожение доступной культурно-досуговой сферы, коммерциализация центров досуга, спортзалов, работы музыкальных школ, школ эстетического воспитания, различных кружков и студий; безработица; общее снижение культурного уровня; массовая миграция населения; ухудшение физического и психического здоровья подрастающего поколения; снижение политической активности молодежи [6, с. 11].

Существенное влияние оказывают обстоятельства, связанные с семейным неблагополучием, кризисными явлениями в сфере семейно-брачных отношений. В Республике Беларусь, согласно данным Национального статистического комитета, в 2023 г. зарегистрировали брак 56 044 пары, в то время как разводов было оформлено 33 962 раза, что составляет 60,6 %. Супружеских пар с детьми моложе 18 лет, согласно последней переписи населения в Беларуси в 2019 г., было чуть больше 605 тысяч. При этом семей, состоящих из матери с детьми моложе 18 лет, – почти 206 тысяч. Семей, состоящих из отца с детьми моложе 18 лет, – почти 44 тысячи. То есть, количество неполных семей, в которых ребенок до 18 лет воспитывается одним родителем, составляет 41,3 % [7]. Таким образом, сегодня мы являемся свидетелями того, как долгое время формировавшаяся модель традиционного взаимоотношения полов и брачно-семейная сфера претерпевает значительные изменения.

Всплеску экстремистских настроений в молодежной среде в значительной мере способствует «культура насилия в обществе», которая часто рассматривается молодежью как социальная ценность. Убежден-

ность в целесообразности применения насилия воспринимается молодежью как общественная норма и эффективный способ разрешения проблем. Экстремисты стремятся преодолеть трудности с помощью радикальных методов, формируют образ врага, проявляя фрустрацию как одну из форм психологического напряжения [8, с. 7].

Особо отметим, что главной причиной присоединения молодежи к разрушительным сообществам является большое количество доступного негативного материала в интернет- и медиапространстве. Информационное поле обладает колоссальной силой воздействия, и если оно окрашено в негативные цвета, то, соответственно, вызывает негативные реакции и деструктивные проявления. С помощью интернет-ресурсов молодое поколение удовлетворяет свои потребности в общении, информации и развлечениях. В итоге этого процесса виртуальные социальные сети уменьшают влияние обычных средств воспитания – семьи и учебных заведений. По данным социологических исследований 2017–2018 гг., в 95,9 % случаях молодежь является ежедневными пользователями сети Интернет. При этом 89,5 % респондентов указали, что Интернет для них – источник информации [9].

Непосредственно при использовании социальных сетей у определенной категории интернет-аудитории возникает возможность распространять экстремистские установки и идеи. Негативное воздействие некоторых средств массовой информации приводит к росту конфликтов и социальной напряженности в обществе. Анализ результатов социологического исследования, проведенного в марте-ноябре 2024 г., среди 860 представителей обучающейся молодежи Беларуси, а также опрос 170 экспертов – педагогов, профессионально занимающихся образованием и воспитанием молодежи, показал, что информационные потоки в сети целесообразно регулировать в интересах оптимального социокультурного развития личности и общества. Так, 43 % молодежи и 54,12 % экспертов, отвечая на вопрос «Для более эффективной борьбы с экстремизмом необходимо...», указали на необходимость блокировки сайтов и каналов, которые способствуют распространению деструктивного контента.

Молодые люди склонны объединяться в субкультурные молодежные формирования. Данные формирования выполняют функцию реер-груп (группы равных), где отношения между сверстниками заменяют молодому человеку семью и значительно снижают позитивное воздействие на него со стороны государственных институтов.

В настоящее время сложившееся в Беларуси социально-политическое, экономическое и социокультурное положение влияет на характерные особенности и отличительные признаки молодежной субкультуры и, соответственно, неформальных объединений молодежи. Одной из главных черт молодежных субкультур в Беларуси является то, что в нашей стране они чрезвычайно разнообразны, их нормы и ценности настолько размыты, что зачастую трудно определить, чем они отличаются от «традиционной» культуры общества. Согласно данным Национального доклада «О положении молодежи в Республике Беларусь в 2022 году», по состоянию на 1 января 2023 г. в стране осуществляют деятельность 162 молодежных общественных объединения [10, с. 101].

Белорусские молодежные субкультуры ориентированы преимущественно на реализацию специфических молодежных интересов и потребностей, в основном досуговые, на основе единства интереса в определенных сферах – отдыха, развлечения, музыки, спорта. Мотивом объединения молодых людей в группы чаще всего является желание проводить свободное время в кругу единомышленников, общаться с друзьями, распространять развлекательный контент и демонстрировать себя, но иногда совместное времяпрепровождение сопровождается употреблением алкоголя, наркотиков и токсических веществ, что может привести к социально-деструктивному поведению.

Отечественные и зарубежные исследователи, социологи и культурологи выделяют негативные и позитивные аспекты функционирования молодежных субкультур. С одной стороны, субкультура создает площадку для развития положительных тенденций среди молодежи. Она помогает молодому человеку самоутвердиться, стать более уверенным в себе и заслужить доверие, проявить самостоятельность, найти свое «Я» и сформировать собственный стиль

поведения в различных ситуациях, влияет на освоение норм и правил общества, взаимодействие с другими людьми, способствует переходу из юношества во взрослую жизнь. В современном постиндустриальном информационном обществе субкультура нацелена на сплочение молодых людей для решения наиболее актуальных для них вопросов, особенно если молодежные объединения оказывают посильную помощь обществу в решении социальных, экологических и других проблем, проблем культурно-защитного характера, например, защита памятников, памятников архитектуры, охрана зверей, поисковая и краеведческая деятельность.

Нередко имеет место и асоциальное влияние субкультуры, которое проявляется в негативных последствиях нахождения молодежи в определенных субкультурных общностях. Психолог Г. Лебон отмечал, что в массе индивид уже перестает быть самим собой и становится автоматом, у которого своей воли не существует [11, с. 62–64].

Результаты авторского социологического опроса обучающейся молодежи Беларуси, проведенного в 2024 г., показывают, что проблема экстремизма в современной Беларуси чрезвычайно актуальна. Так, на вопрос «Считаете ли вы проблему экстремизма актуальной и социально значимой для Беларуси» утвердительно ответили 42,1 % студенческой молодежи, из которых 16,5 % считают, что эта проблема актуальная, а 25,6 % считают, что «скорее да», лишь 10,7 % респондентов не считают, что данная проблема является актуальной. Практически такое же количество экспертов (41,76 %) придерживаются аналогичного мнения – 11,8 % респондентов считают, что эта проблема актуальна для страны, 30 % считают, что «скорее да».

Проведенный анализ социологических данных позволил выделить группу социально-деструктивного риска, в которую вошли молодые люди, имеющие мировоззренческие и социально-психологические установки и предпосылки к формированию экстремистских взглядов национализма и ксенофобии. Опрос показал, что некоторая часть молодых людей не участвовала, но готова участвовать в конфликтах на почве: национальной вражды – 8,4 %; религиозной вражды – 8,5 %; социальной вражды – 8,4 %; политической

борьбы – 8,6 %. Полученные данные свидетельствуют о дефиците политической, социальной, национальной и религиозной идентичности современной белорусской молодежи, а также толерантности.

Чтобы решить вопрос о том, на какие направления деятельности по социальной профилактике экстремизма среди молодежи следует обратить приоритетное внимание, студенческой молодежи и экспертам был задан вопрос «Что необходимо государству и общественности делать для более эффективной борьбы с экстремизмом?». Студенческая молодежь и педагоги-эксперты в абсолютном большинстве (55,3 % и 77,65 % соответственно) считают, что одним из главных направлений деятельности по социальной профилактике должна быть информированность об ответственности за экстремистские проявления, распространение положительного опыта работы правоохранительных органов по противодействию деструктивного поведения, обеспечение реализации принципа неотвратимости ответственности за нарушения национального законодательства. Одновременно с этим студенческая молодежь (44,1 %) и эксперты (56,47 %) высказываются за необходимость создавать благоприятные и общедоступные условия для досуга молодежи. Следующим по значимости направлением социальной профилактики экстремизма является необходимость блокировки сайтов и каналов в интернете, которые способствуют распространению деструктивного контента (соответственно 42,8 % молодежи и 54,1 % экспертов). По мнению 34,8 % молодежи и 55,29 % экспертов, необходимо активизировать работу по правовому и духовно-нравственному просвещению и воспитанию молодежи, а также развивать ее гражданское и патриотическое воспитание (31,4 % молодых людей и 54,71 % педагогов).

Следует подчеркнуть, что экспертам для уточнения конкретных методов, средств и форм профилактической работы в анкету был включен вопрос «В каких культурных мероприятиях, направленных против экстремизма, вы считаете возможным принимать участие?». Анализ ответов педагогов показал, что наиболее эффективными мероприятиями по профилактике экстремизма являются встречи с интересными людьми, в том числе с лицами, занимающимися

противодействием экстремизму (66,5 %), посещение выставок, фотоэкспозиций, рассказывающих о последствиях экстремизма (61,2 %), спортивно-культурные программы (42,4 %), военно-патриотические мероприятия, конкурсы и состязания, работа молодежных клубов, военно-патриотических отрядов (по 38,8 %), дискуссионные программы и публичное обсуждение проблемы (38,2 %), заседание киноклуба с просмотром кинофильмов (27,1 %).

Таким образом, для решения социальных и социокультурных проблем, связанных с процессом возникновения и распространения экстремизма среди молодежи, важна эффективная система социальной и социокультурной профилактической деятельности.

Основными субъектами в системе социальной профилактики экстремизма в молодежной среде являются представители органов государственной власти и управления, общественных организаций, педагоги, социальные работники, ближайшее социальное окружение молодежи, представители различных институтов гражданского общества и др.

Ключевыми превентивными мерами, снижающими рост экстремистских проявлений среди современной молодежи, являются:

- *общепрофилактические мероприятия*, направленные на выявление причин

и нейтрализацию экстремистских действий, снижение социальной напряженности в обществе; информационное сопровождение государственной политики по профилактике и противодействию экстремизму;

- *меры специальной профилактики*, ориентированные на предотвращение и пресечение экстремистских действий, деструктивных идей, распространяющихся в интернет-среде, социальных сетях;

- *меры индивидуальной профилактики*, связанные с индивидуально-целевым воздействием на молодых людей, группы и молодежные объединения, входящие в группы социально-деструктивного риска экстремистской направленности;

- *применение мер общественного, административного и уголовного воздействия* к лицам, совершившим противоправные деяния экстремистского характера.

Комплексная практическая реализация вышеперечисленных профилактических и противодействующих мер обеспечит устойчивое снижение уровня распространенности и степени общественной опасности деструктивных проявлений среди современной белорусской молодежи, уменьшение социальной напряженности и создание благоприятных политических, правовых и социокультурных условий для устойчивого развития белорусского общества.

Список использованных источников

1. Бабосов, Е. М. Социология: энциклопедический словарь / Е. М. Бабосов. – Москва, 2009. – 480 с.
2. Статистический обзор ко Дню молодежи и студенчества // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/statobzor-stud-2024.pdf (дата обращения: 16.10.2024).
3. Эриксон, Э. Детство и общество / Э. Эриксон. – Санкт-Петербург: Питер, 2000. – 312 с.
4. Выготский, Л. С. Собрание сочинений: в 6 т. / Л. С. Выготский; под ред. Д. Б. Эльконина. – Москва, 1984. – Т. 4: Детская психология. – 432 с.
5. Чупров, В. И. Молодежный экстремизм: сущность, формы проявления, тенденции / В. И. Чупров, Ю. А. Зубок; Российская академия наук, Институт социально-политических исследований. – Москва, 2009. – 25 с.
6. Новикова, Г. А. Профилактика экстремистских проявлений в молодежной среде / Г. А. Новикова, Л. А. Новикова. – URL: https://www.admkonda.ru/tinybrowser/files/komissii/ekstimizm/08-26-23-novikova-galina_metod.-rek.-prof.-ekstrem.-proyav.-v-mol.-srede.pdf (дата обращения: 16.06.2024).
7. Инфографика «Брачность и разводимость в Республике Беларусь // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/estestvennoe-dvizhenie-naseleniya/> (дата обращения: 16.06.2024).

8. Давыдов, Д. Г. Причины молодёжного экстремизма и его профилактика в образовательной среде / Д. Г. Давыдов // Социология образования. – 2013. – № 10. – С. 4–18.
9. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований // Информационно-аналитический центр при Администрации Президента Республики Беларусь. – URL: <http://eschool.by/wp-content/uploads/2019/04/011.pdf> (дата обращения: 01.10.2024).
10. Национальный доклад «О положении молодежи в Республике Беларусь в 2022 году» / Министерство образования. – URL: <https://молодежь.бел/upload/.pdf> (дата обращения: 01.10.2024).
11. Лебон, А. Психология народов и масс / А. Лебон. – URL: <http://kyiv-heritage-guide.com/sites/default/files.pdf> (дата обращения: 01.10.2024).

Поступила / Received: 15.01.2025

ЦЕННОСТНОЕ ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ К ВЫСШЕМУ ОБРАЗОВАНИЮ

VALUE ATTITUDE OF STUDENTS OF THE ECONOMIC PROFILE TO HIGHER EDUCATION

Е. В. Пилипенко

кандидат социологических наук,
Белорусский государственный экономический университет (Минск, Беларусь)

E. V. Pilipenko

Candidate of Sociological Sciences,
Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)

E-mail: elena.pilipenko.11@mail.ru

В статье рассматриваются различные вопросы понимания ценности высшего образования среди студенческой молодежи экономического профиля. В системе ценностей обучающихся выявлены тенденции изменения значения высшего образования, которое является важнейшим, но не единственным адаптационным ресурсом, позволяющим расширить жизненные возможности молодого поколения. Актуальность данной темы определяется необходимостью понимания того, как существующая система высшего образования, от направленности и эффективности которой во многом зависят перспективы развития человечества, соотносится с ценностями современных студентов. В статье анализируются результаты опроса студентов БГЭУ, проведенного осенью 2024 г. и направленного на изучение представлений студенческой молодежи о ценности высшего образования в современном обществе. Приводятся данные об отношении студенческой молодежи экономического профиля к высшему образованию.

Ключевые слова: высшее образование; личность; студенческая молодежь; ценность.

The article discusses various issues of understanding the value of higher education among students of an economic profile. In the system of students' values, trends in the change in the value of higher education have been identified, which is the most important, but not the only adaptive resource that allows expanding the life opportunities of the younger generation. The relevance of this topic is determined by the need to understand how the existing system of higher education, on the orientation and effectiveness of which the prospects for human development largely depend, correlates with the values of modern students. The article analyzes the results of the BSEU students' survey, conducted in the fall of 2024 and aimed at studying the ideas of student youth about the value of higher education in modern society. The data on the attitude of students of the economic profile to higher education are provided.

Keywords: higher education; personality; student youth; value.

Образование является одной из базовых ценностей человека и общества, процессом, благодаря которому передаются накопленные знания, навыки от одного поколения другому. Образование дает возможности для формирования и развития личности, приобщает подрастающее поколение к культурным и научным ценностям. В этой связи известные исследователи в области социологии Ю. А. Зубок и В. И. Чу-

пров справедливо полагают, что «специфика образования как феномена социальной реальности связана, с одной стороны, с его особой ролью в духовном производстве, с другой – с его функцией “социального лифта”, обеспечивающей восходящую мобильность в обществе» [1, с. 103].

Студенческая молодежь как особая социально-демографическая группа переживает период освоения новых социаль-

ных ролей, интенсивной социализации, адаптации и самоидентификации, поиска своего места в жизни. Аналитики БИСИ отмечают, что «современная белорусская молодежь в массе своей – конструктивная, мобильная, нацеленная на успех и развитие часть общества, обладающая высоким потенциалом и готовая добиваться своих целей. Для 60,3 % молодых людей главными жизненными целями являются достижение делового успеха и построение карьеры» [3].

Высшее образование закладывает основу для постоянного личностного саморазвития и позволяет молодому человеку приобретать фундаментальные знания, которые позволят в будущем действовать эффективно не только в профессиональных, но и в любых жизненных обстоятельствах. Ценность высшего образования приобретает рациональный смысл в контексте того, что оно все больше рассматривается как одно из средств достижения профессионального успеха и желаемого комфортного уровня жизни. По мнению исследователя Н. В. Коржа, «изменился вектор рассмотрения ценности образования: раньше положение в обществе определялось образованием, было престижно относиться к слою интеллигенции, теперь престижность профессии напрямую связана с материальным благосостоянием, т. е. полученные знания должны приносить пользу, высшее образование должно быть ориентировано на практический результат» [2, с. 58].

В современном мире происходит переосмысление роли и места образования. Целью статьи является изучение ценностного отношения студенческой молодежи экономического профиля к высшему образованию. И если ранее высшие учебные учреждения вели, прежде всего, подготовку специалистов отраслей хозяйства, то сейчас закрепляется ценность удовлетворения

молодыми людьми потребности в получении актуальных знаний, которые помогут построить карьеру, достигнуть успеха.

Осенью 2024 г. было проведено авторское исследование студенческой молодежи в УО «Белорусский государственный экономический университет», в рамках которого было опрошено 350 респондентов. Цель данного исследования – выявление уровня значимости высшего образования как ценности для современной молодежи. Основные категории опрошенных – студенты дневной (63 %) и заочной (27 %) форм обучения. Выборочная совокупность строилась с учетом гендерных и возрастных особенностей изучаемой группы студенческой молодежи.

Как отмечалось ранее, ценность высшего образования всегда являлась значимой для нашего общества. В настоящее время получение высшего образования рассматривается многими как необходимость, а не возможность, что подтверждается ответами респондентов на вопрос «Согласны ли вы с утверждением, что “высшее образование в настоящее время необходимо каждому”?» (таблица 1).

Образование является инструментом, с помощью которого молодой человек начинает строить свою карьеру, становится востребованным и компетентным специалистом в выбранной сфере деятельности. Получение высшего образования помогает раскрыть потенциал личности. В таблице 2 показаны ответы студентов дневной и заочной форм образования.

В настоящее время в нашей стране практически отсутствует эффективная скоординированная система профессиональной ориентации, что подтверждается ответами студенческой молодежи на вопрос «Как вы приняли решение о получении высшего образования по данной специальности?» (таблица 3).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Согласны ли вы с утверждением, что “высшее образование в настоящее время необходимо каждому”?»

Варианты ответов	%
полностью согласен	40,92
согласен частично	42,08
не согласен	13,96
затрудняюсь ответить	3,04

При этом выявлена значимая дифференциация ответов студентов в зависимости от формы обучения (таблица 4).

Таким образом, неопределенность профессиональной ориентации компенсируется сложившимися представлениями о своих способностях и престиже специальностей.

На современном этапе высшее образование ориентировано в большей степени на удовлетворение социальных потребностей, а не на потребности рынка труда. Это приводит к тому, что наличие высшего образования не всегда позволяет найти работу по специальности. Более значимым при трудоустройстве становится наличие профессиональных компетенций, целеустремленности, добросовестности, опыта работы. Ответы респондентов на вопрос

«Как вы относитесь к утверждению: «и без высшего образования можно удачно трудоустроиться?» можно увидеть в таблице 5.

В процессе получения высшего образования развивается самодисциплина, креативность, расширяется кругозор и другие качества, необходимые для развития в любой профессии. Выявлено, что полностью согласных с утверждением «и без высшего образования можно удачно трудоустроиться» больше среди студентов заочной формы обучения (27,08 %), а несогласных с данным утверждением больше среди студентов дневной формы обучения (13,33 %), процент несогласных практически не отличается (таблица 6).

Ценность высшего образования приобретает рациональный смысл. Высшее образование рассматривается как одно

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Согласны ли вы с утверждением, что «высшее образование в настоящее время необходимо каждому?»»

Варианты ответов	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
полностью согласен	36,00	45,83
согласен частично	46,67	37,51
не согласен	13,33	14,58
затрудняюсь ответить	4,00	2,08

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Как вы приняли решение о получении высшего образования по данной специальности?»

Варианты ответов	%
мечтал с детства об этой специальности	4,79
повлияли родители, родственники	10,00
в принятии решения опирался в первую очередь на свои способности	53,54
выбирал(а) престижную специальность	23,33
другое	8,33

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «Как вы приняли решение о получении высшего образования по данной специальности?»

Варианты ответов	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
мечтал с детства об этой специальности	7,5	2,08
повлияли родители, родственники	7,5	12,5
в принятии решения опирался в первую очередь на свои способности	73,75	33,33
выбирал(а) престижную специальность	11,25	35,42
другое	0,0	16,67

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос «Как вы относитесь к утверждению: «и без высшего образования можно удачно трудоустроиться?»»

Варианты ответов	%
полностью согласен	21,54
согласен частично	60,12(5)
не согласен	11,87(5)
затрудняюсь ответить	6,46

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос «Как вы относитесь к утверждению: «и без высшего образования можно удачно трудоустроиться?»»

Варианты ответов	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
полностью согласен	16,00	27,08
согласен частично	64,00	56,25
не согласен	13,33	10,42
затрудняюсь ответить	6,67	6,25

из средств достижения профессионального успеха и желаемого комфортного уровня жизни. По мнению исследователя Н. В. Коржа, «изменился вектор рассмотрения ценности образования» [2, с. 58]. 77,63 % студенческой молодежи согласны в целом с утверждением «высшее образование обеспечивает человеку успешную карьеру и облегчает достижение жизненных целей». При этом 51,25 % согласны с данным утверждением частично, и лишь 26,38 % опрошенных согласны полностью. «Не согласны» с данным утверждением 17,78 % обучающихся. Существенных различий между студентами дневной и заочной форм обучения не выявлено (таблица 7).

В настоящее время пересматривается и переосмысливается отношение к среднему баллу после окончания высшего учебного заведения. С одной стороны, высокие оценки свидетельствуют о том, что студент не просто слушал лекции, но и разбирался в материале, был ответственным, демонстрировал хорошие знания. В то же время академические баллы не оценивают такие качества, как креативность, умение работать в команде, социальный и эмоциональный интеллект. При принятии решения о трудоустройстве работодатели учитывают целый ряд факторов. Они обращают внимание на опыт работы, личные

качества, коммуникабельность и другие характеристики кандидата. Студенты, которые успешно сочетают хорошие оценки с практическим опытом и развитыми коммуникативными навыками, имеют больше шансов на успешное трудоустройство. При сравнении ответов студентов дневной и заочной форм обучения выявлено, что никто из студентов заочной формы обучения не считает, что высокий средний балл после окончания университета поможет выстроить успешную карьеру (таблица 8).

В каждой отрасли экономики существуют свои критерии выбора работников. При принятии решения о трудоустройстве работодатели хотят, чтобы сотрудник как можно быстрее смог внедриться в рабочий процесс и приносить пользу. Учитывая этот факт, при трудоустройстве в большей степени оценивают опыт и навыки соискателей вакансий. В настоящее время существует множество учебных курсов, которые помогают получить необходимые знания и навыки в конкретной области без необходимости получения высшего образования. Кроме того, появились новые профессии (разработчики приложений, маркетологи в социальных сетях и др.), для которых наличие высшего образования не является обязательным требованием. Молодежь быстрее улавливает тенденции времени, что

подтверждает проведенное исследование (таблица 9).

После окончания университета традиционно рассматривается ситуация в контексте проблемы трудоустройства. Однако многим молодым людям приходится делать сразу несколько выборов: места жительства, семейно-брачных отношений, карьерных планов. Проблема трудоустройства часто связана с решением разнообразных вопросов, противоречий и нелегких решений. Иногда ситуация складывается так, что становится необходимым получение дополнительного образования (таблица 10).

В результате проведенного исследования можно сделать следующие основные выводы.

Доминирующей позицией молодежи по вопросу получения высшего образования является его привлекательность, что подтверждается соответствующими данными: 83 % студентов дневной и заочной форм обучения акцентировали свое внимание на необходимости его получения. В то же время, в контексте дальнейшего трудоустройства, следует отметить тот социологический фактор, что 81,67 % опрошенных полагают, что и без высшего образования

можно удачно трудоустроиться. Однако в рамках выстраивания карьеры и достижения жизненных целей 77,63 % опрошенных полностью или частично полагаются на высшее образование как вспомогательный фактор.

Интересным фактором, выявленным в ходе социологического исследования, является отношение студентов к оценке их знаний, формализованной в балльной системе. Так, только 5,33 % опрошенных полагают, что высокий средний балл после окончания университета поможет выстроить успешную карьеру. Приведенные цифры в определенной степени свидетельствуют о необходимости поиска новых критериев оценки знаний студентов.

Проведенное исследование показало падение интереса молодежи к научным исследованиям, что подтверждается, например, данными о потенциальном продолжении обучения в магистратуре (15,38 %) и аспирантуре (0,67 %). Получение дальнейших профессионально-образовательных навыков, отличных от вышеуказанных, молодежь связывает, например, с переподготовкой (11,44 %), повышением квалификации (37,54 %).

Таблица 7

Согласие с утверждением «высшее образование обеспечивает человеку успешную карьеру и облегчает достижение жизненных целей»

Варианты ответов	Ответы студентов дневной и заочной форм получения образования, %	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
полностью согласен	26,38	26,67	26,52
согласен частично	51,25	54,67	52,96
не согласен	17,78	16,00	16,89
затрудняюсь ответить	4,59	2,67	3,63

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы, что высокий средний балл после окончания университета поможет выстроить успешную карьеру?»

Варианты ответов	Ответы студентов дневной и заочной форм получения образования, %	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
да	5,33	10,66	0,00
возможно	34,82(5)	35,34	34,31
скорее нет	30,62	29,33	31,91
нет	20,97(5)	20,67	21,28
затрудняюсь ответить	8,25	4,00	12,5

Таблица 9

**Согласие с утверждением «без высшего образования человек обречен
на низкооплачиваемую и непрестижную работу»**

Варианты ответов	Ответы студентов, %	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
полностью согласен	1,75	1,33	2,17
согласен частично	19,71	13,33	26,09
не согласен	69,94	74,67	65,22
затрудняюсь ответить	8,59	10,67	6,52

Таблица 10

**Распределение ответов на вопрос
«Планируете ли вы обучение после окончания университета?»**

Варианты ответов	Ответы студентов дневной и заочной форм получения образования, %	Ответы студентов дневной формы получения образования, %	Ответы студентов заочной формы получения образования, %
магистратура	15,38	21,33	9,43
аспирантура	0,67	1,33	0,00
курсы по переподготовке	11,44	4,00	18,87
курсы повышения квалификации	37,54	37,34	37,74
курсы иностранного языка	28,26	32,00	24,53
другое	6,71	4,00	9,43

Список использованных источников

1. *Зубок, Ю. А.* Отношение молодежи к образованию как фактор повышения эффективности подготовки высококвалифицированных кадров / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров // Социологические исследования. – 2012. – № 8. – С. 103–111.
2. *Корж, Н. В.* Высшее профессиональное образование в структуре ценностей студенческой молодежи / Н. В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2011. – № 1. – С. 56–63.
3. Поколение Z: установки и ценности современной белорусской молодежи // Белорусский институт стратегических исследований. – 2021. – URL: <https://bistr.gov.by/provedyonnyemeropriyatiya/v-bisi-obsudili-zhiznennye-strategii-cennostnye-orientacii-i-socialnoe> (дата обращения: 16.04.2025).

Поступила / Received: 15.01.2025

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF REGIONS AS AN OBJECT OF SOCIOLOGICAL RESEARCH IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF STATE YOUTH POLICY IN THE REPUBLIC OF BELARUS

А. Г. Рихтикова

аспирант, Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

A. G. Rikhtsikova

Postgraduate Student, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: nastyas1a-a@mail.ru

В публикации автор обращается к проблеме необходимости изучения инновационного развития регионов через проведение социологических исследований и их связи с показателями инновационного развития, поскольку последние могут быть дополнены данными социологических исследований о потребностях и предпочтениях населения; рассматривает основные направления инновационного развития регионов Республики Беларусь, отдельные показатели, отражающие уровень регионального развития; отмечает значимость учреждений высшего образования в части содействия процессу формирования социально-экономической среды региона и страны в целом. Автор предполагает, что социологические исследования в сфере инновационного развития позволят выявить основные тенденции и инновационный потенциал области, оценить эффективность деятельности предприятия, региона, отрасли и дать рекомендации для дальнейшего инновационного регионального развития.

Ключевые слова: инновации; инновационная деятельность; социологические исследования; молодежь; образование; показатели; потенциал; развитие; регион.

In the publication the author addresses the need to study the innovative development of regions through sociological research and their relationship to the indicators of innovative development, since the latter can be supplemented by sociological research data on the needs and preferences of the population, examines the main directions of innovative development of the regions of the Republic of Belarus, individual indicators reflecting the level of regional development, notes the importance of institutions of higher education in terms of facilitating the formation of the socio-economic environment of the region and the country as a whole. The author suggests that sociological research in the field of innovative development will help to identify the main trends and innovative potential of the region, assess the effectiveness of the enterprise, region, industry, and make recommendations for further innovative regional development.

Keywords: innovation; innovative activity; sociological research; youth; education; indicators; potential; development; region.

Изучение инновационного развития регионов является важным аспектом социологических и экономических исследований. Комплексный анализ инновационного состояния регионов позволяет выявить их сильные и слабые стороны, а также определить тенденции научно-технологического развития, что способствует формированию эффективных управленческих решений и стратегических

планов. Регулярный мониторинг состояния инновационного развития способствует сокращению разрыва социально-экономических различий между регионами, а также обеспечивает формирование необходимых условий для поддержки научных исследований, образования и предпринимательства.

Анализ ряда источников показал, что в сфере регионального развития проводи-

лись в основном экономические исследования по таким направлениям, как:

- методики оценки (разработка индексов и методик для оценки научно-технического потенциала и инноваций в зависимости от региона) [1–4];
- роль университетов (анализ взаимодействия между университетами и регионами как ключевых факторов стимулирования инноваций) [5];
- инновационная инфраструктура (исследование влияния существующих институтов поддержки инновационного предпринимательства (технопарков, бизнес-инкубаторов) на эффективность инновационных процессов).

Инновационное развитие регионов в контексте социологических исследований отражено в работах Т. И. Заславской [6], И. В. Шляхто [7], белорусских ученых Е. А. Кечиной [8], О. В. Кобяка [9], Е. Е. Кучко [10], А. В. Козлова [11]. Авторы внесли значительный вклад в социологическое исследование инновационного развития регионов, рассматривая его с разных аспектов: от молодежного потенциала и роли университетов до методических оценок и аналитических прогнозов.

Целью статьи является выявление основных тенденций, уровня инноваций и инновационного потенциала в регионах Беларуси и их взаимосвязь с государственной молодежной политикой. Проведен обзор основных направлений, реализация которых позволяет улучшить инновационную составляющую регионов.

В качестве системообразующего документа, который определяет стратегические направления развития регионов Беларуси, в настоящее время выступает Национальная стратегия устойчивого развития Беларуси на период до 2040 г. (НСУР-2040). Раздел 11 проекта НСУР-2040 посвящен современной модели устойчивого развития регионов: миссии, перспективам и инструментам реализации; содержит цель, целевые индикаторы, стратегическую задачу и перспективные направления развития областей, г. Минска, областных регионов, направления для наращивания потенциала районов, возглавляемых столицей и областными центрами регионов, механизмы и инструменты государственной политики сбалансированного регионального развития [12, с. 111–118]. В соответствии

с НСУР-2040 разрабатываются стратегии развития областей и регионов, поскольку региональные стратегии могут сосредоточиться на поддержке местных инновационных инициатив, что будет способствовать достижению общенациональных целей. Интеграция национальной стратегии устойчивого развития с региональными инициативами является ключом к достижению устойчивого и сбалансированного роста в стране.

Изучение уровня инноваций в регионах Беларуси и их взаимосвязь с молодежной политикой является важным аспектом для понимания динамики развития страны по следующим причинам:

1. Образование и квалификация. Молодежь представляет собой стратегический ресурс для инновационного развития благодаря высокому уровню образования и помощи в обучении.

2. Предпринимательская деятельность. Молодежь часто проявляет инициативу по созданию стартапов и небольших предприятий, что способствует внедрению новых идей и технологий. Поддержка их инициатив, качественное образование и возможности для реализации идей могут заметно ускорить процесс внедрения инноваций и способствовать социально-экономическому прогрессу.

3. Технологическая восприимчивость. Молодежь более открыта к новым технологиям и методам работы, что делает ее важным звеном в процессе развития инноваций. Региональные программы, направленные на поддержку молодежных инициатив, способствуют ускорению распространения новых технологий.

4. Социальные изменения. Молодежь активно принимает участие в социальных движениях и инициативах, направленных на устойчивое развитие, и становится основным двигателем внедрения новых технологий и социальных инициатив, что значительно влияет на социальное и экономическое развитие каждого региона.

В регионах с активными образовательными учреждениями, такими как университеты и колледжи, наблюдается более высокий уровень инновационной активности. В Республике Беларусь функционирует 47 учреждений высшего образования (42 государственной и 5 частной формы собственности), в которых обучается свы-

ше 232 тыс. студентов, курсантов, слушателей. Кроме того, подготовка специалистов с углубленным высшим образованием (магистрантов) ведется также Университетом Национальной академии наук Беларуси. Образовательный процесс обеспечивают более 17,5 тыс. преподавателей, из них более 46 % докторов и кандидатов наук [13]. Лидером по количеству УВО традиционно является город Минск, в нем действует 25 УВО, среди регионов – г. Гомель и Гомельская область (6 учреждений), города Витебск и Могилев (и соответствующие области) – по 5 учреждений, г. Брест и Брестская область – 4 учреждения, г. Гродно и Гродненская область – 2 учреждения.

Университеты являются обязательными участниками процесса формирования социально-экономической среды региона и играют ключевую роль в улучшении инновационного развития регионов через реализацию таких направлений, как:

1. Образование и подготовка кадров. Университеты предоставляют регионам высококвалифицированных специалистов, что является целью развития инновационной экономики. Они развивают интеллектуальный потенциал, создают новые технологии и методы работы.

2. Научные исследования и разработки. Проведение прикладных исследований и разработка инновационных технологий, которые могут быть внедрены в значимых для регионов отраслях, например, промышленности, медицине и других сферах экономики через участие в республиканских и региональных грантах.

3. Осуществление инновационной деятельности. При университетах могут создаваться технопарки, инкубаторы стартапов и другие объекты инновационной инфраструктуры для малых инновационных предприятий и способствуют коммерциализации научных разработок. На 1 января 2025 г. в Республике Беларусь функционировало 23 субъекта инновационной инфраструктуры, из них 16 научно-технологических парков, 5 центров трансфера технологий. На базе университетов осуществляли деятельность 12 субъектов инновационной инфраструктуры – 8 технопарков и 4 центра трансфера технологий.

4. Сотрудничество с бизнесом. Взаимодействие с промышленными предприятиями позволяет университетам внедрять

востребованные инновационные проекты и технологии, что обеспечивает связь между образованием и реальной отраслевой экономикой. Программы стажировок на предприятиях предоставляют студентам возможность получения первого опыта применения полученных знаний, умений и навыков в реальных условиях, что способствует более эффективной подготовке к трудовой деятельности после окончания университета.

5. Интеграция знаний и технологий. При университетах могут создаваться центры трансфера технологий для обеспечения коммерциализации университетских разработок и их интеграции в производство, что обеспечивает связь между современными разработками и их практическим применением в бизнесе. Это включает в себя создание платформы для обмена потребностями между университетами и предприятиями.

6. Поддержка стартапов. Университеты могут создавать и поддерживать малые предприятия, созданные для внедрения на их базе разработок исследовательских лабораторий, что, в свою очередь, способствует вовлечению в предпринимательскую деятельность преподавателей и студентов. Университетами внедряются программы поддержки стартапов, основанных на идеях и научных разработках студентов и преподавателей, что повышает заинтересованность последних во внедрении и коммерциализации их научных разработок.

Университетами проводятся социологические исследования, направленные на изучение «настроения» местного населения и позволяющие выявлять социальные проблемы региона, осуществлять поиск эффективных решений.

Университеты в определенной степени берут на себя ответственность за вклад в развитие своих регионов, участвуя в социальных проектах и инициативах, направленных на улучшение качества жизни населения.

Таким образом, университетское образование, инновационные разработки, проведение социологических исследований, анализ общественного мнения и изменения тенденций взаимодействия с обществом оказывают влияние на экономическую активность, реализацию социальных инициатив населения и социально-экономическое развитие регионов в целом.

Таблица 1

Анализ динамики показателей группы 1 в 2021/2023 гг.

Область	Год	Показатели	
		Численность исследователей, выполнявших научные исследования и разработки, чел.	Внутренние затраты на научные исследования и разработки, млн руб.
Брестская	2021	421	14,1
	2023	511	14,8
Витебская	2021	506	33,2
	2023	484	51,8
Гомельская	2021	1188	60,3
	2023	1218	138,8
Гродненская	2021	258	7,7
	2023	267	15,7
г. Минск	2021	11247	535,9
	2023	11896	797,2
Минская	2021	2210	143,9
	2023	2309	204,2
Могилевская	2021	491	18,2
	2023	484	27,5

Уровень инновационного развития регионов может быть определен посредством оценки ряда показателей: характеристикой успешного развития региональной науки могут служить запас и мощность комплекса материальных, интеллектуальных, финансовых, информационных, трудовых ресурсов, а для ее оценки показатели, представленные в таблицах 1–3 [14–16].

Согласно приведенным данным, наибольшая научно-исследовательская активность наблюдается у организаций г. Минска, Минской и Гомельской областей.

Характеристики внутреннего состояния элементов инновационной системы региона, а также индикаторы уровня научно-технических ресурсов могут быть определены посредством оценки показателей, представленных в таблице 2 (условно группа 2) [14–16].

Положительная динамика изменений данных показателей наблюдается в г. Минске, Минской, Брестской и Гомельской областях. Инновационная активность субъектов хозяйствования регионов, их готовность и восприимчивость к риску внедрения нововведений и применения современных новейших технологий характеризуются показателями, представленными в таблице 3 (условно группа 3) [14–16].

Согласно приведенным данным, лидирующее положение занимают г. Минск,

Брестская и Гомельская области, несколько ниже уровень инновационного развития в Витебской, Минской, Могилевской и Гродненской областях.

Город Минск является безусловным лидером инновационного развития в республике, остальные регионы активно работают над улучшением своих экономических показателей посредством развития образовательной занятости, поддержки научных исследований и привлечения инвестиций.

Показатели инновационного развития могут быть дополнены данными социологических исследований о потребностях и предпочтениях населения, что позволит получить комплексное понимание как текущих процессов, так и возможностей развития каждого региона и республики в целом.

Полагаем, что стратегически целесообразно использование различных методов социологических исследований в регионах. Внедрение таких инструментов исследований, как анкетирования, интервьюирования, экспертных оценок, мониторинга, позволит оценить инновационные возможности регионов не только по статистическим данным. Результаты социологических исследований могут быть использованы для формирования стратегий инновационного развития предприятий и регионов, а также стать источниками данных о том, как

Таблица 2

Анализ динамики показателей группы 2 в 2021/2023 гг.

Область	Год	Показатели		
		Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, ед.	Число учреждений высшего образования	Численность студентов, тыс. чел. (на начало учеб. года)
Брестская	2021	36	4*	18,2*
	2023	38	4	15,8
Витебская	2021	25	5*	24,8*
	2023	28	5	21,3
Гомельская	2021	29	6*	26,1*
	2023	28	6	23
Гродненская	2021	19	3*	19,8*
	2023	19	3	18
г. Минск	2021	260	27*	142,5*
	2023	273	26	126
Минская	2021	51	—*	0,5*
	2023	51	—	0
Могилевская	2021	25	5*	22,5*
	2023	25	5	18

* данные на начало 2020/2021 учебного года.

Таблица 3

Анализ динамики показателей группы 3 в 2021/2023 гг.

Область	Год	Показатели			
		Число организаций, осуществлявших затраты на инновации и (или) отгрузивших инновационную продукцию (работы, услуги) и оказывавших услуги инновационного характера	Удельный вес организаций, осуществлявших затраты на инновации и (или) отгрузивших инновационную продукцию (работы, услуги) и оказывавших услуги инновационного характера, %	Объем отгруженной инновационной продукции, млн руб.	Удельный вес отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной продукции (работ, услуг) и оказанных услуг, %
Брестская	2021	147	51,4	1144,8	8,9
	2023	148	53,6	1607	9,5
Витебская	2021	76	33,6	5537,3	31,1
	2023	69	29,9	7151,2	36
Гомельская	2021	55	23,6	9283,1	31,5
	2023	51	22,1	10 484,3	30,6
Гродненская	2021	71	32,7	684,9	4,8
	2023	67	31,3	1062,5	6,6
г. Минск	2021	165	14,7	3743,1	13,2
	2023	172	16,1	6054,8	18,9
Минская	2021	89	24,1	2864,8	12
	2023	86	23,8	5361,3	18
Могилевская	2021	49	25	1349,2	13,4
	2023	49	26,3	1430,7	12,2

изменения в политике или экономике влияют на внедрение и использование инноваций. Применение комплексных методов социологических исследований – качественных и количественных (например, анкетирование с последующим глубинным интервью, мобильные и онлайн-опросы) – являются мощными инструментами для анализа распространенности инноваций, позволяющими получать статистические

значимые данные о восприятии и внедрении инноваций не только в организациях и регионах, но и в различных социальных группах. Социологические исследования являются источниками выявления основных тенденций оценки эффективности деятельности отдельного предприятия, региона и отрасли в целом, позволяют выработать рекомендации по дальнейшему развитию их инновационного потенциала.

Список использованных источников

1. Ковалев, М. М. Инновационный потенциал регионов Беларуси: состояние и перспективы / М. М. Ковалев, А. А. Шашко. – URL: <https://bsu.by/upload/pdf/50663.pdf> (дата обращения: 24.12.2024).
2. Иванова, Е. Инновационное развитие регионов Беларуси / Е. Иванова // Наука и инновации. – 2010. – № 91. – С. 50–52.
3. Лавриненко, А. Р. Индекс инновационного развития регионов Республики Беларусь: методика построения и стратегический анализ / А. Р. Лавриненко // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2014. – № 5. – С. 28–37.
4. Кадовба, Е. А. Инновационный потенциал регионов Республики Беларусь: методика оценки и эффективность использования: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Кадовба Елена Александровна; Белорусский гос. экон. ун-т. – Минск, 2020. – 31 с.
5. Боуш, Г. Д. Инновационное развитие регионов: роль университетов / Г. Д. Боуш, А. А. Вертинова, Л. С. Солдатова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 4. – С. 1229–1238.
6. Куценко, О. Н. Вклад Т. И. Заславской в теорию социальной структуры общества / О. Н. Куценко // Социологический журнал. – 2014. – № 3. – С. 140–156.
7. Шляхто, И. В. Оценка инновационного потенциала региона / И. В. Шляхто // Управление общественными и экономическими системами. – 2007. – № 1. – С. 1–8.
8. Кечина, Е. А. Изучение инновационной практики: социолого-статистический подход / Е. А. Кечина, Е. Е. Кучко // Весці БДПУ. Серыя 2. Гісторыя. Філасофія. Паліталогія. Сацыялогія. Эканоміка. Культуралогія. – 2017. – № 3. – С. 52–57.
9. Кобяк, О. В. Технологическая восприимчивость старшего поколения в цифровом обществе: опыт социологического исследования в Беларуси / О. В. Кобяк // Социологический альманах. – 2022. – № 13. – С. 235–243.
10. Кучко, Е. Е. Социология инноваций: учеб.-метод. пособие / Е. Е. Кучко. – Минск: БГУ, 2013. – 183 с.
11. Козлов, А. В. Инновационный потенциал малой страны как фактор экономического роста (на примере Республики Беларусь): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Козлов Александр Вячеславович; Белорусский гос. ун-т. – Минск, 2015. – 21 с.
12. Проект Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2040 года. – URL: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR/proekt-Natsionalnoj-strategii-ustojchivogo-razvitija-na-period-do-2040-goda.pdf> (дата обращения: 24.12.2024).
13. Сайт Министерства образования Республики Беларусь. – URL: <https://edu.gov.by/urovni-obrazovaniya/vysshee-obrazovanie/zakazchikam-spetsialistov/uchrezhdeniya-vysshego-obrazovaniya/> (дата обращения: 24.12.2024).
14. О научной и инновационной деятельности в Республике Беларусь: стат. бюллетень / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.
15. Образование в Республике Беларусь: стат. буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.
16. Образование в Республике Беларусь: стат. буклет / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

Поступила / Received: 20.01.2025

ОСНОВНЫЕ СТРАТЕГИИ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В РАБОТЕ С МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

KEY DIGITAL MARKETING STRATEGIES FOR ENGAGING WITH THE YOUTH AUDIENCE IN THE MODERN HOSPITALITY INDUSTRY

К. Н. Сонич

*кандидат социологических наук,
Белорусский государственный экономический университет (Минск, Беларусь)*

K. N. Sonich

*Candidate of Sociology,
Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*

E-mail: k.sonich@gmail.com

Данная статья посвящена цифровому маркетингу как важному инструменту для продвижения товаров и услуг в индустрии гостеприимства. С развитием интернета этот подход стал важной составляющей стратегий компаний туристической отрасли, обеспечивая эффективное взаимодействие с потребителями. В условиях высокой конкуренции использование цифровых инструментов становится необходимым для привлечения и удержания клиентов, особенно среди молодежи. Статья акцентирует внимание на необходимости адаптации маркетинговых стратегий современных гостиниц к интересам молодежной аудитории для формирования устойчивых отношений с новым цифровым поколением.

Ключевые слова: digital-маркетинг; молодежь; гостиницы; цифровые инструменты маркетинга; индустрия гостеприимства.

This article focuses on digital marketing as an important tool for promoting goods and services in the hospitality industry. With the development of the Internet, this approach has become a crucial component of the strategies employed by companies in the tourism sector, ensuring effective interaction with consumers. In a highly competitive environment, the use of digital tools becomes essential for attracting and retaining customers, especially among the youth. The article emphasizes the need to adapt the marketing strategies of modern hotels to the interests of the younger audience in order to establish strong relationships with the new digital generation.

Keywords: digital marketing; youth; hotels; digital marketing tools; hospitality industry.

Digital-маркетинг (цифровой маркетинг) представляет собой использование веб-сайтов, приложений, мобильных устройств, социальных сетей, поисковых систем и других цифровых платформ для продвижения и реализации товаров и услуг. Этот подход включает в себя многие из тех же принципов, что и традиционный маркетинг, и часто рассматривается как дополнительный способ для компаний взаимодействовать с потребителями и анализировать их поведение. В настоящее время

многие компании комбинируют традиционные и цифровые методы маркетинга в своих стратегиях.

Теоретико-методологические аспекты заявленной проблематики нашли свое отражение в трудах западных и отечественных исследователей. Особенности поведенческих моделей молодежи в информационном пространстве посвящены работы И. В. Приваловой [1], А. В. Гараганова [2], Д. В. Дунас [3; 4]. Особенности маркетинговых инструментов в гостиничной от-

расли изучали Е. А. Джанджугазова [5], Т. В. Муртузалиева [6], И. И. Скоробогатых, Р. Р. Сидорчук, С. Н. Андреева [7]. Воздействие новых маркетинговых инструментов в индустрии гостеприимства отражено в научных работах Е. А. Ильина, Э. В. Тарасенко, А. Н. Латкиной, Е. Н. Валединского, М. А. Русо [8], В. Е. Максимовой, Д. Д. Клёсова, Т. Ю. Герасимовой [9], Х. Ахмад, Я. Гарде [10], А. Авад А. и Б. Альхартти [11], А. Дж. Йогиты [12].

Цель данной статьи заключается в анализе влияния инструментов Digital-маркетинга на поведенческие модели и предпочтения молодежи в сфере гостеприимства. Исследование направлено на изучение взаимосвязей между использованием цифровых технологий и изменениями в социальных практиках потребления, а также на выявление факторов, способствующих формированию новых моделей взаимодействия между гостиничными предприятиями и клиентами.

Цифровой маркетинг получил широкое распространение в период активного развития сети Интернет, а за последние 5–10 лет цифровые инструменты востребованы для продвижения товаров и услуг фактически во всех отраслях.

Применение цифрового маркетинга для современного предприятия индустрии гостеприимства не просто желательно, но и обязательно, особенно учитывая высокую конкуренцию в отрасли.

Цифровой маркетинг не только способствует эффективному продвижению товаров и услуг брендов, но также предоставляет потребителям круглосуточную поддержку через сервисы, работающие 24/7. Это обеспечивает быструю и эффективную обратную связь, а также постоянное обслуживание запросов клиентов.

Смартфоны и иные портативные устройства облегчают компаниям продажу своих продуктов и услуг потребителям, а инфлюенсеры стали важнейшим фактором, влияющим на выбор, особенно для молодежи, – такой вывод представил Pew Research Center. Согласно данным исследования, проведенного в 2022 г., 76 % взрослых американцев совершали онлайн-покупки с помощью своих телефонов [13].

Похожие цифры получены по результатам опроса, проведенного «Белорусским экономическим журналом». В опросе при-

няли участие 1,027 тыс. респондентов в возрасте 14–78 лет. Наибольшая доля тех, кто выбирает интернет-покупки, – среди самой молодой категории покупателей, где каждый десятый предпочитает исключительно онлайн-шоппинг. Главной причиной интернет-шоппинга белорусов является желание сэкономить время – на это указали 65,3 % представителей поколения X (1964–1984 г. р.), 72,4 % – поколения Y (1985–2002 г. р.) и 65,8 % поколения Z, или зумеров (2003–2023 г. р.). Далее были названы такие преимущества интернет-торговли, как возможность ознакомиться с отзывами других покупателей, низкая цена, широкий ассортимент, возможность сравнить цены разных продавцов и оформить заказ в комфортных условиях [14].

Каналы цифрового маркетинга развивались с 1990-х гг. и продолжают эволюционировать в ответ на изменения в технологиях и потребительских предпочтениях. Важно отметить, что эффективность использования различных каналов для продвижения может варьироваться в зависимости от специфики отрасли. Для гостиничного бизнеса, где конкуренция высока, а потребительские ожидания постоянно растут, необходимо применять наиболее подходящие инструменты, чтобы привлечь и удержать клиентов, особенно цифровое поколение. Интерес молодежи к цифровым технологиям проявляется в их стремлении к интерактивному контенту и быстрому доступу к информации о предложениях.

Так, для индустрии гостеприимства наиболее оптимальными инструментами цифрового маркетинга могут быть:

Маркетинг веб-сайтов (Website Marketing). Компании часто используют собственный веб-сайт в качестве центрального элемента своей цифровой маркетинговой деятельности. Маркетинг веб-сайтов современных отелей играет ключевую роль в привлечении молодежной аудитории, которая активно использует цифровые технологии для поиска и бронирования жилья. Важным аспектом является создание современного и привлекательного дизайна сайта, который будет резонировать с интересами молодежи. Оптимизация веб-сайта для мобильных устройств обеспечит удобный доступ к информации и функциям бронирования, что повысит вероятность выбора именно этой гостиницы.

Так, подчеркивая эффективность сайта отеля как одного из инструментов продаж, Елена Соколова, начальник отдела маркетинга и продаж ОАО «Минотель», отмечает: «В объединении четыре гостиницы, разные по целевой аудитории и расположению – “Беларусь”, “Спутник”, “Вояж”, “Гарни”. Их загрузка с начала года составила более 50 %. Сейчас в основном онлайн-продажи идут через наш сайт. Доля онлайн-бронирований в наших гостиницах около 40 %» [15].

Кроме того, интеграция интерактивного контента, такого как виртуальные туры, отзывы клиентов и специальные предложения, позволяет создать увлекательный опыт для пользователей. Молодежь ценит мнения сверстников, поэтому наличие положительных отзывов может существенно повлиять на их решение о бронировании.

Реклама с оплатой за клик (Pay-Per-Click Advertising). Реклама с оплатой за клик позволяет маркетологам охватить аудиторию на новостных и других веб-сайтах и цифровых платформах с помощью платной рекламы. Маркетологи могут настраивать PPC-кампании в Google, LinkedIn, X, Pinterest и Facebook и показывать свою рекламу людям, которые ищут информацию о путешествиях, туристических объектах или достопримечательностях. Важно, что эти компании могут сегментировать пользователей на основе их демографических характеристик (например, возраста или пола), а также их интересов и/или местоположения.

Цель такой рекламы – привлечь максимум целевой аудитории на сайт. Пользователь видит рекламные объявления в поисковике в зависимости от запросов и поведения в интернете. Например, когда клиент вводит в строке поиска «отель в Гродно», поисковик помимо непосредственных результатов поиска по заданным параметрам показывает также рекламные объявления различных отелей в Гродно.

Одним из таких инструментов продвижения может быть сервис Google Hotel Ads – сервис, позволяющий отображать лучшие цены, доступные на официальных каналах продаж отелей, во вкладке Google. Статистика показывает, что 60 % людей, планирующих отпуск, и 55 % тех, кто путешествует по работе, используют Google для планирования своих поездок [16]. Подчеркнем, что молодежная аудитория активно

использует Google для поиска информации о местах отдыха и бронирования гостиниц, а отображение лучших цен на официальных каналах продаж отелей во вкладке Google позволяет им быстро и удобно сравнивать предложения.

Контент-маркетинг (Content Marketing). Контент-маркетинг – это создание и распространение полезных материалов, которые позволяют потенциальным клиентам найти ту необходимую информацию, которая поможет решить их вопросы.

Цель контент-маркетинга – привлечь потенциальных клиентов посредством использования письменного, визуального или видеоконтента, который их интересует. Контент-маркетинг для отельного бизнеса представляет собой эффективный способ не только продвижения отеля, но и управления его репутацией, что особенно важно для молодежной аудитории. Молодежь активно ищет информацию о местах отдыха и доверяет отзывам и рекомендациям, основанным на реальном опыте других путешественников. Создание качественного контента, такого как блоги, видео и посты в социальных сетях, позволяет отелям делиться уникальными историями, советами по путешествиям и информацией о местных достопримечательностях, что привлекает внимание и вызывает интерес у молодежи.

Маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing). Основными целями маркетинговой кампании в социальных сетях являются повышение узнаваемости бренда и установление доверия. Социальные сети, целенаправленно созданные для обмена информацией и общения, на сегодняшний день являются активно используемым инструментом маркетинга для продвижения услуг сферы гостеприимства. Главное их достоинство – широкий охват аудитории.

По данным Центра оперативных исследований Института социологии Национальной академии наук Беларуси, в нашей стране лидирующими социальными сетями являются: Instagram (используют 33 % опрошенных), YouTube (25,1 %), «Одноклассники» (24,8 %), «ВКонтакте» (22,2 %), TikTok (14,5 %), Facebook (6,2 %), X (Twitter) (0,7 %), Mail.ru (0,3 %). Не пользуются соц-сетями 22,2 %. Телефонный опрос проводился в первом квартале 2024 г., в нем

участвовали 900 респондентов из всех возрастных групп [17].

Социальные сети, наиболее популярные у белорусов, являются источниками информации, в которых сложилась атмосфера доверия и интереса, которую можно выгодно использовать для увеличения целевого трафика гостиничного сегмента. Маркетинг отеля в социальных сетях играет ключевую роль в привлечении молодежной аудитории, поскольку именно эти платформы служат основными каналами общения и обмена информацией для молодых людей.

Отметим, что социальные сети, такие как Instagram, TikTok и Facebook, позволяют отелям создавать визуально привлекательный контент, который может включать фотографии, видео и истории, отражающие уникальные аспекты гостиницы и местных достопримечательностей. Молодежь охотно делится впечатлениями и рекомендациями, и наличие активного присутствия в социальных сетях позволяет отелям не только привлекать внимание, но и формировать положительный имидж через отзывы и взаимодействие с клиентами. Использование Influencer Marketing, когда отели сотрудничают с блогерами и лидерами мнений, также усиливает влияние на молодежь.

Текстовые рассылки (Text Messaging). Несмотря на широкое распространение маркетинговых мероприятий посредством сети Интернет, многие компании также используют текстовые сообщения (SMS) для отправки информации о своих последних продуктах и рекламных акциях.

Каналы и чаты в мессенджерах, таких как Viber, Telegram и WhatsApp, предоставляют гостиницам уникальную возможность быть ближе к молодежной аудитории, которая предпочитает мгновенное общение и доступ к информации в удобном формате. Молодежь активно использует мессенджеры для общения, обмена информацией и получения новостей, и наличие официальных каналов отеля в этих платформах позволяет создать более персонализированный и интерактивный опыт. Гостиницы могут оперативно отвечать на вопросы, предоставлять актуальные предложения и делиться новостями, что существенно повышает уровень вовлеченности и удовлетворенности клиентов.

Молодежь ценит скорость и удобство, и использование мессенджеров для взаимодействия с отелем позволяет удовлетворить эти потребности, создавая ощущение близости и доступности бренда.

Системы онлайн-бронирования (Online booking services). Системы онлайн-бронирования представляют собой важный инструмент для привлечения молодежной аудитории, которая ценит удобство и скорость при планировании своих путешествий. Молодежь активно использует интернет для поиска информации и бронирования жилья, и наличие интуитивно понятных платформ позволяет им легко сравнивать цены, читать отзывы и находить лучшие предложения. Возможность мгновенно забронировать номер через мобильные приложения или веб-сайты делает процесс выбора и оформления проживания более комфортным и эффективным.

Кроме того, многие системы онлайн-бронирования предлагают специальные акции и скидки для молодежи, такие как предложения для студентов или групповых бронирований. Это создает дополнительные стимулы для молодых путешественников, стремящихся к выгодным условиям. Интерес к системам онлайн-бронирования также усиливается благодаря таким функциям, как пользовательские отзывы и рейтинги, которые помогают молодежной аудитории принимать решения на основе мнений сверстников.

К наиболее популярным сервисам бронирования относятся:

- Ostrovok.ru – агрегатор онлайн-бронирования, который предоставляет туристам широкий выбор средств размещения (более 2 млн) на территории России и в зарубежных странах. Известен своей привлекательной программой лояльности и постоянными акциями для пользователей, которых насчитывается более 5 млн ежемесячно;

- Яндекс.Путешествия – удобный сервис для поиска и бронирования средств размещения, интегрированный с другими Яндекс-сервисами. Также предназначен для покупки авиа- и ж/д билетов с выгодным кешбэком. Более 10 миллионов путешественников ежегодно бронируют отели, билеты и туры в Яндекс.Путешествиях.

Согласно аналитике Vnovo, ведущей компании по разработке IT-решений для

гостиничного бизнеса, в III квартале 2023 г. в десятку востребованных систем бронирования отелей также вошли Avito, Алеан, TVIL и Академсервис [18].

Vetliva.ru – белорусский сервис онлайн бронирования места проживания для отдыха и путешествий. Кроме отелей, при помощи сервиса можно забронировать санатории, базы отдыха, агроусадьбы, отдых в национальных парках и заповедниках, экскурсионные туры, трансферы, билеты на различные мероприятия. Главная особенность Vetliva.ru – ориентация на национальный туристический продукт.

Подчеркивая важность использования цифровых технологий продвижения предприятий индустрии гостеприимства в Беларуси, отметим, что создание отечественной ИТ-системы управления гостиницами обсудили в Минске на рабочей встрече представители КУП «Центр информационных технологий Мингорисполкома» со специалистами организаций гостиничного бизнеса республики. «Планируется, что создаваемый информационный продукт

будет применен в практической деятельности гостиниц Беларуси», – отметили в объединении [19].

Подводя итог, отметим, что особый подход молодежной аудитории к потреблению средств массовой информации в XXI в., заставил маркетологов гостиничного бизнеса уделять повышенное внимание цифровым платформам. Современные молодые путешественники активно используют социальные сети, мессенджеры и мобильные приложения для поиска информации о местах отдыха, что делает digital-маркетинг необходимым инструментом для отелей, стремящихся привлечь эту целевую группу. Гостиницы должны адаптировать свои стратегии к предпочтениям и ожиданиям молодого поколения, используя современные технологии и платформы для создания персонализированного и увлекательного опыта. Это не только поможет отелям выделиться на фоне конкурентов, но и сформирует лояльность молодежной аудитории, стремящейся к новым впечатлениям и удобству в процессе бронирования и пребывания.

Список использованных источников

1. Привалова, И. В. Интернет-обусловленное поведение молодежи: содержание понятия и его характеристики / И. В. Привалова // Образовательные технологии и общество. – 2017. – № 3. – С. 397–408.
2. Гараганов, А. В. Потребности и представления молодежи о качестве жизни в современном информационном пространстве социальных сетей / А. В. Гараганов // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – № 1. – С. 154–163.
3. Дунас, Д. В. Молодежный сегмент аудитории СМИ: теоретические подходы отечественных медиаисследователей / Д. В. Дунас, С. А. Вартаков // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – № 1 (30). – С. 106–122.
4. Мотивационные факторы медиапотребления российской «цифровой молодежи»: результаты пилотного исследования / Д. В. Дунас [и др.] // Вестник Московского университета. – 2020. – № 2. – С. 3–27.
5. Джанджуазова, Е. А. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства / Е. А. Джанджуазова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 190 с.
6. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2022. – 166 с.
7. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности / под общ. ред. И. И. Скоробогатых, Р. Р. Сидорчука, С. Н. Андреева. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 589 с.
8. Современные и инновационные методы управления маркетингом высокоразрядных гостиничных предприятий / Е. Л. Ильина [и др.] // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 5. – С. 28–33.
9. Максимова, В. Е. Инструменты продвижения в индустрии гостеприимства / В. Е. Максимова, Д. Д. Клёсова, Т. Ю. Герасимова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2021. – № 3. – С. 1081–1083.
10. Khalil, A. Digital Marketing in Hospitality and Tourism: A Bibliometric Journey and Future Research Direction / A. Khalil, Y. Gharde // papers.ssrn.com. – URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5027552#paper-references-widget / (date of access: 07.01.2025).

11. *Awad, A.* The role of digital marketing tools in promoting tourism: An applied study on online marketing strategies / A. Awad, B. Alharthi // *Innovative Marketing*. – 2025. – № 21 (Issue 2). – P. 14–26.
12. *Yogitha, L. J.* Social Media as a Tool of Marketing: A Study of Hospitality Industry / L. J. Yogitha // *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*. – 2018. – Vol. 5 (Is. 12). – P. 166–172.
13. *Faverio, M.* For shopping, phones are common and influencers have become a factor – especially for young adults / Faverio M., Anderson M. // *Pewresearch.org*. – URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/11/21/for-shopping-phones-are-common-and-influencers-have-become-a-factor-especially-for-young-adults/>) (date of access: 30.11.2024).
14. Бизнес в Интернет-продажах: где белорусы покупают одежду и технику? // *Ibmedia.by*. – URL: <https://ibmedia.by/news/biznes-v-internet-prodazhah-gde-belorusy-pokupayut-odezhdu-i-tehniku/> (дата обращения: 09.12.2024).
15. Как белорусские отели подстроились под новые реалии? // *Profi.travel*. – URL: <https://profi.travel/news/57701/details> (дата обращения: 09.12.2024).
16. Google Hotel Ads: how to receive direct bookings from Google // *Ericsoft.com* – URL: <https://www.ericsoft.com/en/news/new/google-hotel-ads/> (date of access: 11.01.2025).
17. Какие мессенджеры и соцсети наиболее популярны в Беларуси? Рассказал социолог // *Belta.by*. – URL: <https://belta.by/society/view/kakie-messendzhery-i-sotsseti-naibolee-populjarny-v-belarusi-rasskazal-sotsiolog-660395-2024> (дата обращения: 11.01.2025).
18. Ратникова, Е. Лучшие сайты для бронирования отелей / Е. Ратникова // *Bnovo.ru*. – URL: bnovo.ru/blog/best-sites-for-hotel-booking (дата обращения: 14.01.2025).
19. В Беларуси разрабатывают IT-систему управления гостиницами // *Belta.by*. – URL: <https://belta.by/tech/view/v-belarusi-razrabatyvajut-it-sistemu-upravlenija-gostinitsami-600253-2023> (дата обращения: 11.01.2025).

Поступила / Received: 18.02.2025

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИЙ В ИНСТИТУТЕ СЕМЬИ В КИТАЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ОБЩЕСТВЕ

REGULATORY AND LEGAL FEATURES OF TRANSFORMATIONS IN THE FAMILY INSTITUTION IN CHINESE AND BELARUSIAN SOCIETIES

Чэнь Сяоцзяо

аспирант кафедры социальной коммуникации,
Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

Chen Xiaojiao

Postgraduate Student of the Department of Social Communication,
Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: 596617530@qq.com

В статье рассматриваются нормативно-правовые основы регулирования института семьи в Китайской Народной Республике и Республике Беларусь в контексте современных социальных трансформаций. Акцент сделан на сравнительном анализе ключевых аспектов брачно-семейного законодательства: условий заключения брака, правовых гарантий супружеского равенства, механизмов защиты интересов детей, а также процедур расторжения брака. Выявлены общие принципы, такие как приоритет защиты прав несовершеннолетних и обеспечение материальной поддержки семьи, и специфические различия, обусловленные культурно-историческими особенностями. В белорусском законодательстве подчеркивается социальная поддержка многодетных семей, тогда как китайские нормы акцентируют гармонизацию семейных отношений в условиях урбанизации и модернизации. Отмечается, что правовые системы обеих стран адаптируют традиционные ценности к вызовам глобализации, сохраняя баланс между стабильностью института семьи и динамикой общественных изменений.

Ключевые слова: семья; брачные отношения; законодательство; социальные трансформации; Китай; Беларусь.

The study examines the regulatory and legal frameworks governing the family institution in the People's Republic of China and the Republic of Belarus in the context of modern social transformations. A comparative analysis focuses on key aspects of family law: marriage conditions, guarantees of spousal equality, mechanisms for protecting children's rights, and divorce procedures. Common principles such as the priority of protecting minors and ensuring family welfare are identified, alongside differences shaped by cultural-historical factors. Belarusian legislation emphasizes social support for large families, while Chinese norms prioritize harmonizing family relations amid urbanization and modernization. Both legal systems adapt traditional values to globalization challenges, balancing family stability and societal dynamics.

Keywords: family; marital relations; legislation; social transformations; China; Belarus.

Семья является основным социальным институтом, влияющим на формирование общества. Специфика семейных взаимоотношений определяется культурой конкретного общества, а правовые нормы отражают ценности и убеждения этого общества. Изучая нормативные правовые акты о семье в Республике Беларусь и КНР, можно лучше понять традиции и культурные ценности этих стран.

Т. В. Епремян и М. Э. Абрамова рассматривают семью как социальный институт, характеризующийся наличием норм, ценностей и способов регулирования межличностных отношений [3, с. 64]. По мнению О. В. Кучмаевой и О. Л. Петряковой, семья в политологическом контексте выступает посредником между индивидом и государством, передающим фундаментальные ценности от поколения к поколению [6,

с. 21]. Н. В. Розенберг в культурологическом аспекте подчеркивает, что семья – это отражение культурных традиций и ценностей, изменяющихся в зависимости от культурного контекста [9, с. 48].

На основе этих подходов можно дать следующее определение: семья – это базовый социальный институт, объединяющий людей через брак и родство, предназначенный для воспитания детей, социализации, передачи ценностей и регулирования взаимодействий между членами с учетом культурных различий.

Цель статьи – провести сравнительный анализ трансформации института семьи в КНР и Республике Беларусь, выявив сходства, различия и культурные особенности в правовом регулировании брака, семьи и родственных отношений.

Все сферы функционирования института семьи в Беларуси регламентируется Кодексом Республики Беларусь о браке и семье от 9 июля 1999 г. с изменением и дополнением от 13 декабря 2023 г. (далее – Кодекс Республики Беларусь) [5], а в Китае – Гражданским кодексом Китайской Народной Республики, книгой пятой – Брак и семья (далее – Кодекс КНР) [2].

Добрачные отношения ни в Кодексе Республики Беларусь, ни в Кодексе КНР не рассматриваются подробно. Однако подробно регламентируются все стадии функционирования института брака.

Первый аспект – порядок вступления в брак. В Кодексе Республики Беларусь он изложен в главе 4, основные принципы которой таковы:

- брак заключается только в органах ЗАГС (ст. 15);
- регистрация возможна не ранее 3 дней и не позднее 3 месяцев после подачи заявления; ускорение возможно при беременности или наличии общих детей (ст. 16);
- требуется взаимное согласие (ст. 17);
- брачный возраст – с 18 лет, но возможны исключения при беременности, рождении ребенка или полной дееспособности до совершеннолетия (ст. 18);
- брак невозможен при наличии другого брака, родстве, недееспособности одного из лиц или сокрытии препятствий (ст. 19).

В Кодексе КНР порядок вступления в брак изложен в главе 2. Основные положения:

- брак основывается на добровольном согласии, принуждение запрещено (ст. 1046);
- минимальный брачный возраст: 22 года для мужчин и 20 лет для женщин (ст. 1047);
- обязательна регистрация брака, после чего выдается свидетельство (ст. 1049–1050);
- отказ возможен при родстве или несоблюдении возраста (ст. 1051);
- при заключении брака под принуждением пострадавшая сторона может обратиться в суд в течение года (ст. 1052);
- при сокрытии серьезных болезней возможна аннуляция брака через суд (ст. 1053).

Таким образом, брачный процесс в Беларуси и КНР имеет сходства, однако существуют отличия: в возрасте вступления в брак и в акценте китайского законодательства на проблему принудительных браков. Последний аспект отражает исторический опыт Китая. Так, по мнению Г. М. Чжао, гендерный дисбаланс – следствие политики «одна семья – один ребенок» – способствовал росту торговли женщинами и девочками с целью принуждения к браку [11]. С. Чу отмечает, что в городах семьи оказывают давление на женщин, опасаясь, что те станут «шенгу» – «старыми девами». Также к причинам принудительных браков она относит давление на людей нетрадиционной ориентации, а также продажу женщин ради материальной выгоды [10]. Следующим вопросом для рассмотрения является вопрос об особенностях супружеских отношений в двух культурах.

В Республике Беларусь это раскрывается в ст. 12 Кодекса: брак – добровольный союз мужчины и женщины, создающий взаимные обязанности. В КНР институт семьи описан подробнее. Ст. 1041 подчеркивает равенство супругов и моногамию. Ст. 1042 запрещает браки по найму, по договоренности, требование компенсации за вступление в брак, сожительство с третьими лицами, домашнее насилие и дезертирство. Ст. 1043 акцентирует внимание на семейных ценностях: верности, уважении, заботе о родственниках и гармонии в браке.

Глава 5 Кодекса Республики Беларусь «Права и обязанности супругов» содержит следующие положения:

- права и обязанности возникают с момента вступления в брак (ст. 20);
- супруги равны, принимают решения совместно, на основе взаимного уважения, помощи, справедливого распределения обязанностей, а также содействуют реализации родительских функций (ст. 20 п. 1);
- допускается выбор фамилии одного из супругов или двойной фамилии (ст. 21);
- имущество, приобретенное в браке, является общей собственностью, порядок его раздела регулируется законом (ст. 23–28);
- супруги обязаны материально поддерживать друг друга, в том числе при уходе за ребенком или в случае недееспособности одного из них (ст. 29).

В Кодексе КНР глава 3 регулирует семейные отношения. Основные положения:

- супруги равны, сохраняют право на фамилию, профессиональную деятельность и участие в воспитании детей (ст. 1055–1058);
- они обязаны поддерживать друг друга материально, невыполнение – основание для обращения в суд (ст. 1059);
- действия одного супруга по повседневным нуждам семьи обязательны для обоих, если иное не предусмотрено (ст. 1060);
- супруги имеют право наследовать имущество друг друга: заработную плату, доходы, интеллектуальную собственность, компенсации и др. (ст. 1061–1064);
- семейные долги признаются общими, если направлены на нужды семьи; в иных случаях – это личная обязанность должника. Также возможно заключение соглашения о принадлежности имущества (ст. 1065).

Таким образом, описание специфики взаимоотношений в нормативных правовых документах в Беларуси и Китае не имеют существенных различий. Они основаны на понимании института семьи как союзе двух равноправных, равнообязанных партнеров, которые совместно принимают решения и несут ответственность за функционирование семьи.

В Кодексе Республики Беларусь семейные отношения описаны в разделе 3 «Семья», где семья рассматривается как объединение лиц, связанных моральной и материальной общностью. Семья несет ответственность за воспитание и обеспечение детей, а также за защиту их прав

и законных интересов (ст. 59, 60, 65). Если родители не исполняют свои обязанности, дети могут обратиться в органы опеки или суд (ст. 66–67). Отец и мать имеют равные права и обязанности в воспитании детей, даже после развода (ст. 75, 76). Также существует обязанность родителей материально поддерживать несовершеннолетних и в некоторых случаях совершеннолетних детей (ст. 88). Дети обязаны поддерживать родителей, если они нетрудоспособны (ст. 100, 101).

В Кодексе КНР семейные отношения рассматриваются в разделе 2 главы 3. Права и обязанности детей в Китае аналогичны белорусским, включая права детей, рожденных вне брака (ст. 1067). Родители обязаны поддерживать детей, а дети – родителей, если те не могут работать или находятся в трудной ситуации (ст. 1067, 1069). Если родители не могут воспитывать ребенка, этим занимаются другие родственники, например, бабушки, дедушки, старшие братья и сестры, которые имеют те же права, что и родители (ст. 1074, 1075).

Таким образом, что касается семейных взаимоотношений, то нормативные акты Беларуси и Китая во многом схожи, например, регламентируются обязанности родителей по уходу за детьми, обязанности детей по оказанию материальной помощи родителям в случае нужды, а также обосновывается главенствующая роль защиты прав детей. Однако есть и существенные различия, например, в Кодексе Республики Беларусь финансовая и иная ресурсная поддержка кровных родственников детям, оставшихся без попечения родителей, является правом, в Кодексе КНР – обязанностью.

Вопрос прекращения брака в Кодексе Республики Беларусь рассматривается в главе 6. Основаниями для расторжения брака являются смерть одного из супругов либо их взаимное согласие. Однако расторжение брака ограничено, если жена беременна или ребенку не исполнилось трех лет – в этом случае требуется письменное согласие супруги (ст. 34, 35).

Если у супругов нет несовершеннолетних детей и имущественных споров, брак расторгается органом ЗАГСа через месяц – два после подачи заявления. В остальных случаях развод осуществляется через суд,

который решает вопросы, касающиеся детей, алиментов, имущества и порядка общения с ребенком (ст. 35 п. 1, ст. 36).

В Кодексе КНР развод возможен как по взаимному согласию, так и через народный суд при наличии оснований: сокрытие другого брака, домашнее насилие, зависимости, раздельное проживание более двух лет (ст. 1079). При ложных обвинениях один из супругов может потребовать компенсацию (ст. 1091).

Муж не вправе подавать на развод во время беременности жены, в течение года после рождения ребенка и в течение шести месяцев после аборта, за исключением случаев подачи заявления самой супругой или отказа суда в принятии иска (ст. 1082).

Если после развода одна из сторон нуждается в помощи, а другая может её оказать, предусматривается материальная поддержка (ст. 1090).

Таким образом, законодательство Республики Беларусь больше сконцентрировано на юридическом аспекте расторжения брака. В Кодексе КНР подробно описываются причины, по которым возможен бракоразводный процесс, особенности правовой защиты супруга, которого оклеветали, а также финансовая и иная поддержка, которую могут получить супруги, находящиеся в затруднительном положении.

Дети являются одним из главных вопросов законотворчества как в Республике Беларусь, так и в Китайской Народной Республике. В обеих странах наблюдается снижение численности населения. В Китае, например, с 2020 по 2022 г. рождаемость снизилась на 20,33 % [7], в Беларуси в 2020 г. родилось 83,9 тыс. детей, а в 2021 г. – 79,3 тыс. Этот показатель является самым низким за всю историю суверенной Республики Беларусь [1]. Это ставит задачу стимулирования рождаемости, поощрения будущих родителей и полового воспитания.

В Китае для этого принят Закон «О народонаселении и планировании рождаемости» (в редакции 2021 г.) [4]. Основой политики является планирование семьи, направленное на повышение качества населения. Пропаганда включает образование, научно-технический прогресс и совершенствование социального обеспечения (ст. 2). Также регулируются возрастные ограничения для планирования семьи, до-

родовой и послеродовой уход (ст. 17), предоставляются бесплатные услуги в сфере планирования рождаемости (ст. 21), а также запрещается дискриминация женщин по признаку пола или бесплодия (ст. 22).

Правительство КНР также принимает меры, включая улучшение системы медицинского страхования для женщин (ст. 24), продление отпуска по беременности (ст. 25), улучшение условий труда и пособий для женщин в период беременности и родов (ст. 26), а также развитие социальной инфраструктуры, включая специальные места для ухода за ребенком на рабочих местах (ст. 28–30).

В Республике Беларусь этот вопрос регулируется Постановлением Совета министров Республики Беларусь от 19 января 2021 г. № 28 «О государственной программе “Здоровье народа и демографическая безопасность” на 2021–2025 годы» [8]. Важными направлениями в сфере обеспечения здоровья и демографической безопасности на период с 2021 по 2025 г. являются:

- Разработка мероприятий, направленных на поддержание и укрепление репродуктивного здоровья, формирование культуры здорового образа жизни и сохранение здоровья.
- Улучшение системы поддержки семей с детьми, создание более благоприятных условий для их жизнедеятельности и укрепление института семьи.
- Развитие амбулаторно-поликлинической медицинской службы, что позволит обеспечить доступность и качество медицинской помощи населению.
- Переход от финансирования здравоохранения по отдельным статьям к системе финансирования, основанной на достигнутых результатах, чтобы стимулировать эффективность и качество работы медицинских учреждений.
- Внедрение национальной системы медицинской аккредитации для организаций здравоохранения, что способствует повышению уровня здравоохранения и обеспечению качественных услуг населению.

Эти приоритетные направления помогут улучшить охрану здоровья и обеспечить демографическую безопасность в ближайшем пятилетие.

Подпрограмма «Семья и детство» в Беларуси включает меры, направленные на поддержку многодетных семей: выплаты

по случаю рождения детей, предоставление семейного капитала, помощь в строительстве жилья, бесплатные наборы продуктов для детей до двух лет, а также социальное обслуживание семей с детьми и льготы в различных сферах. Важной частью является награждение матерей государственной наградой «Орден Матери».

Таким образом, политика Китая и Беларуси в сфере деторождения во многом схожа, например, в формировании системы поощрения матерей, социальной поддержки семьям и др. Однако также имеет и одно существенное отличие – наличие в законодательстве Китая положений, направленных на разумный подход в планировании семьи.

На основании всего выше сказанного, можно сделать ряд следующих выводов:

1. Семья является основополагающим социальным институтом, который объединяет людей посредством брака или кровного родства. Ее основные цели включают воспитание детей, предоставление эмоциональной поддержки, социализацию и передачу ценностей, а также регулирование сексуальных, экономических и социальных взаимодействий между ее членами. Варианты и функции семьи могут различаться в разных культурах и обществах.

2. Брачные процессы в Республике Беларусь и КНР имеют сходства, но также существуют несколько значительных различий. Одно из них связано с возрастом вступления в брак, а другое – с особым вниманием, уделенным в Кодексе КНР принудительным бракам.

3. Специфика взаимоотношений, описанная в нормативных правовых документах Беларуси и Китая, не имеет значитель-

ных отличий. Нормативные документы основываются на представлении о семье как объединении двух равноправных и обязанных друг другу партнеров, которые совместно принимают решения и несут ответственность за функционирование семейного уклада.

4. Что касается семейных отношений, нормативные акты Беларуси и Китая имеют много общих моментов. Например, они регулируют обязанности родителей по уходу за детьми, обязанности детей по оказанию материальной помощи родителям в случае нужды, а также придерживаются принципа защиты прав детей. Однако существуют и существенные различия. В Кодексе Республики Беларусь финансовая и иная ресурсная поддержка кровных родственников, детей, лишенных попечения родителей, считается правом, тогда как в Кодексе КНР она рассматривается как обязанность.

5. Законодательство Республики Беларусь уделяет большее внимание правовым аспектам расторжения брака. В то же время Кодекс КНР, помимо этого, подробно описывает причины, по которым возможна бракоразводная процедура, особенно в правовой защите супруга, ставшего жертвой клеветы, а также финансовую и другую поддержку, доступную супругам, находящимся в трудной ситуации.

6. Политика Китая и Беларуси в области демографии имеет много общих особенностей, например, в создании системы поощрения матерей, предоставлении социальной поддержки семьям и других мерах поддержки. Однако есть и одно значительное отличие – в законодательстве Китая присутствуют положения, направленные на разумное планирование семьи.

Список использованных источников

1. Численность населения на 1 января 2021 г. и среднегодовая численность населения за 2020 год по Республике Беларусь в разрезе областей, районов, городов, поселков городского типа / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/naselenie/statisticheskie-izdaniya/index_28098/ (дата обращения: 13.02.2024).
2. Гражданский кодекс Китайской Народной Республики (книга пятая Брак и семья): Принято на третьей сессии Тринадцатого Всекитайского собрания народных представителей 28 мая 2020 г.
3. Епремян, Т. В. Семья как социальный институт: понятие и ценностные ориентиры / Т. В. Епремян, М. Э. Абрамова // Экономика. Социология. Право. – 2022. – № 4. – С. 64–67.
4. Закон КНР «О народонаселении и планировании рождаемости» (в редакции 2021 г.).

5. Кодекс Республики Беларусь о браке и семье от 9 июля 1999 года № 278-З: принят Палатой представителей 3 июня 1999 года; одобрен Советом Республики 24 июня 1999 года (с изм. и доп. от 17 июля 2023 года № 300-З) // Нац. правовой портал Респ. Бел. / право.бай. – Минск, 2024.
6. Кучмаева, О. В. Актуализация семейной политики в современном социуме / О. В. Кучмаева, О. Л. Петрякова // Социальная педагогика. – 2012. – № 2. – С. 21–24.
7. Население Китая в 2024 году. – URL: <https://ruchina.org/naselenie-kitaya.html#:~:text=Рождаемость%20в%20Китае%20в%202020,сократились%20практически%20в%2010%20раз> (дата обращения: 13.02.2024).
8. О Государственной программе «Здоровье народа и демографическая безопасность» на 2021–2025 годы: постановление Совета министров Республики Беларусь от 19 января 2021 г. № 28 // Нац. правовой портал Респ. Бел. / право.бай. – Минск, 2024.
9. Розенберг, Н. В. Семья как культурная единица, способ сохранения и трансляции культурных традиций / Н. В. Розенберг // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2008. – № 4. – С. 45–53.
10. Chu, C. Human Trafficking and Smuggling in China / C. Chu // Journal of Contemporary China. – 2010. – Vol. 20. – № 68. – P. 39–52.
11. Zhao, G-M. Trafficking of women for marriage in China: Policy and practice / G-M. Zhao // Criminology and Criminal Justice. – 2003. – Vol. 3. – № 1. – P. 83–102.

Поступила / Received: 19.02.2025

УДК 7.03(476)

УЗНІКНЕННЕ БЕЛАРУСКАГА КЛУБА ВЯСЁЛЫХ І ЗНАХОДЛІВЫХ ЯК ФОРМЫ СУЧАСНАЙ СМЕХАВАЙ КУЛЬТУРЫ

BEGINNING OF CHEERFUL AND RESOURCEFUL CLUB AS A FORM OF LAUGHTER CULTURE

А. А. Гужалоўскі

доктар гістарычных навук, прафесар,
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт (Мінск, Беларусь)

A. A. Huzhalouski

Doctor of History, Professor, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: huzhalouski@bsu.by

Артыкул прысвечаны аналізу ўзнікнення беларускага КВЗ-руху ў якасці эфектыўнага сродку пазаўчебнай актыўнасці студэнтаў. Папулярызацыя руху ў канцы XX – пачатку XXI ст. выклікала цікавасць даследчыкаў да яго вытокаў. Актуальнасць даследавання абумоўлена неабходнасцю асэнсавання КВЗ як дасугава-відовішчнай формы савецкай масавай культуры, якая дзякуючы выкарыстанню сродкаў масавай камунікацыі спалучалася з велізарнай аўдыторыяй, пераважна маладога ўзросту, і аказвала адчувальны ўплыў на фарміраванне яе густаў, пераваг, каштоўнасцей. КВЗ з'яўляўся адным з найбольш масавых маладзёжных рухаў у краіне, у які былі ўключаны мільёны ўдзельнікаў – як актыўных (гульцоў), так і пасіўных (назіраючых). Разгледжаны вытокі сучаснага КВЗ – танцавальна-музычнага маладзёжнага шоу з элементамі віктарыны, журы і вядучым. Нададзена ўвага ўзаемаадносінам удзельнікаў КВЗ з уладай.

Ключавыя словы: клуб вясёлых і знаходлівых; тэлегульня; студэнт; сатыра; ідэалагічнае кіраўніцтва.

The article is devoted to the analysis of the emergence of the Belarusian Cheerful and Resourceful Club (CRC) movement as an effective means of extracurricular activity of students. Scholars are now interested in the movement's beginnings because of its rise to prominence in the late 20th and early 21st centuries. The study's importance stems from the necessity to comprehend the CRC as a type of Soviet mass entertainment and leisure that, via the use of mass media, was able to reach a large audience, primarily young people, and had a real influence on the development of its values, tastes, and preferences. With millions of members, both active (players) and passive (observers), CRC was one of the largest youth groups in the nation. It is shown how the first participants of this movement showed their civic qualities, artistry and creative abilities. The origin of the modern CRC – a dance and musical youth show with elements of a quiz, a jury and a presenter are considered. Attention is paid to the relationship of the Club participants with the authorities.

Keywords: cheerful and resourceful club; TV game; student; satire; ideological leadership.

Час, які наступіў пасля XX з'езда КПСС і скончыўся адстаўкай М. С. Хрушчова, увайшоў у гісторыю пад назвай «адліга». Пасля скасавання ГУЛАГу з лагераў і ссылак вярталіся зняволеныя. Асуджэнне на XX з'ездзе КПСС культ асобы Сталіна абудзіла савецкае грамадства, спарадзіла веру, надзеі на змены да лепшага. На VI Сусветным фестывалі моладзі і студэнтаў у 1957 г. у Маскве ўзнікла ілюзія адсутнасці «жалезнай заслоны». Палёт Ю. Гагарына

ў космас у 1961 г. спарадзіў адчуванне бязмежнасці сіл чалавека. Палепшыўся ўзровень матэрыяльнага жыцця людзей. Лібералізацыя сацыяльна-палітычнага жыцця была моцным стымулам развіцця літаратуры і мастацтва. Час «адлігі» нарадзіў В. Быкава, У. Караткевіча, Р. Барадуліна, Б. Заборава, Г. Паплаўскага, А. Анікейчыка, Я. Глебава, Д. Смольскага і дзясяткі іншых творцаў, якія стварылі фундамент сучаснай беларускай культуры. Узнік новы

тып светапогляду, новы тып маладога чалавека – «шасцідзясятніка».

Эпоха «адлігі» суправаджалася новым эмацыйна-ўзвышаным светаадчуваннем, вядомым пад назвай «рамантыка». Тайга, вогнішча, каханне, песні пад гітару, прага прыгод, імкненне ўбачыць невядомыя далі апанавалі значную частку маладых людзей – «шасцідзясятнікаў». Маладыя рамантыкі, якія паступова зрабіліся сімвалам новага часу, імкнуліся да перамен, прыгод, яны шукалі шляхі самасцвярджэння і адмаўлялі аўтарытэт бацькоў. Нават вайна дзякуючы шматлікім фільмам і прыгодніцкім кнігам уяўлялася суцэльнай рамантыкай. Моладзь зайздросціла іх героям і шчыра шкадавала, што іх атачала звычайнае спакойнае жыццё. Ад яго хацелася з'ехаць у далёкія краі, каб там сустрэцца з цяжкасцямі і пераадолюваць іх.

Савецкая прапаганда актыўна заклікала моладзь стаць рамантыкамі і накіравацца на «будовлі стагоддзя». Для развіцця камуністычнага грамадства на працягу наступных 20 гадоў была неабходна актыўная падтрымка маладога пакалення. У 1960-я гг. на беларускім радыё была створана праграма «Рамантыкі», у Мінску адкрыўся студэнцкі клуб «Рамантык», праводзіўся рэспубліканскі фотаконкурс «Мы – рамантыкі».

Яшчэ адной важнай прыкметай эпохі «адлігі» стала вяртанне смеха як формы сацыяльнай камунікацыі, а адным з яе сімвалаў – з'яўленне тэлегульні «Клуб вясёлых і знаходлівых». У апошнія гады вывучэнне дадзенага сацыяльна-культурнага феномена распачалося шэрагам расійскіх і ўкраінскіх гісторыкаў, культуролагаў, сацыёлагаў. Да найбольш значных работ трэба аднесці вытрымаўшую тры выдання «энцыклапедыю КВЗ», падрыхтаваную М. Марфіным і А. Чывурыным [9]. У навуковай парадыгме разглядаемы феномен даследаваны ў дысертацыйных работах С. А. Янішэўскага [14], М. Н. Кавалёва [7] і Д. Р. Букланс [4]. У беларускай гуманітарыстыцы гэта тэма ў якасці самастойнай не разглядалася.

Мэтай дадзенай работы з'яўляецца рэканструкцыя станаўлення беларускага Клуба вясёлых і знаходлівых як формы маладзёжнай смехавай культуры.

Гульня нарадзілася 8 лістапада 1961 г. у маскоўскай студыі тэлебачання на Ша-

балаўцы і мела форму віктарыны. З цягам часу гэта форма эвалюцыянавала ў спаборніцтвы студэнцкіх каманд на лепшыя гумарыстычныя адказы на пытанні праціўнікаў, імправізацыі на зададзеныя тэмы, разыгрыванне загадка падрыхтаваных сцэн і г. д. Выступы студэнтаў рабіліся ўсё больш відовішчынымі, сцэнічнымі, тэатральнымі. У першай палове 1960-х гг. перадача, якую транслявала на ўсю краіну моладзевая рэдакцыя Цэнтральнага тэлебачання, набыла вялікую папулярнасць – падчас яе паказу вуліцы савецкіх гарадоў пусцелі. КВЗ прыцягваў мільёны глядачоў нязмушанай формай, эфектам прамога эфіру, а найперш, вострымі жартамі над савецкай рэчаіснасцю, якія перыядычна праслізвалі праз сіта рэдакцыйнай цензуры. Сведчаннем папулярнасці тэлегульні стаў яе выхад за рамкі тэлеэкрана і пераўтварэнне ў форму маладзёжнай самадзейнасці, што абумовіла з'яўленне масавага руху КВЗ. Такім чынам, існавалі две разнастайнасці гульні – экранная і пазакранная.

Ініцыятарам стварэння першага ў Беларусі Клуба вясёлых і знаходлівых быў студэнт 5 курса Мінскага медінстытута Я. Басін, які летам 1963 г. наведаў моладзевую рэдакцыю Цэнтральнага тэлебачання, а таксама пазнаёміўся з сябрамі лепшых маскоўскіх каманд. Неўзабаве па вяртанні Я. Басін арганізаваў каманду студэнтаў-медыкаў, якая з поспехам дэбютавала на інстытуцкім навагоднім балі [1, с. 4]. Гэты дэбют быў заўважаны ў БДУ, дзе вельмі хутка паўстала ўласная каманда вясёлых і знаходлівых на чале з капітанам, студэнтам-фізікам М. Полазавым. У канцы лютага 1964 г. паміж двума камандамі адбылася тэлесустрача, арганізаваная рэдактарам Мінскай студыі тэлебачання А. М. Пустаходам.

Першае пасяджэнне беларускага Клуба вясёлых і знаходлівых, якое скончылася перамогай каманды БДУ з лікам 52:50, выклікала вялікі розгалас у горадзе. Адным падабаліся артыстычныя здольнасці студэнтаў, іх манера раскавана трымацца перад тэлекамерамі, а таксама энтузіязм балельшчыкаў у зале. Іншыя асуджалі з'едлівыя жарты пра тагачасны Мінск: перапоўнены транспарт у гадзіны-пік, схаваныя ад пакупнікоў кнігі скаргаў і рака Свіслач, выгляд якой не пасаваў

сталічнаму гораду [5, с. 3]. Да ліку апошніх адносіўся старшыня Камітэта Савета Міністраў БССР па радыёвяшчанні і тэлебачанні В. П. Несцяровіч, які абвясціў строгую вымову двум рэдактарам Мінскай студыі «за сур'ёзныя памылкі ў перадачы “КВЗ-64”» [11, арк. 43].

Пасля дэбютнага пасяджэння беларускага Клуба вясёлых і знаходлівых адборачныя турніры прайшлі ў многіх вышэйшых навучальных установах рэспублікі. У Гродна ў іх удзельнічалі каманды ўсіх трох ВНУ горада – педагагічнага, медыцынскага і сельскагаспадарчага [3, с. 2]. Развіццю руху КВЗ у абласных цэнтрах дапамагалі больш вопытныя мінчане, якім часта даводзілася быць сцэнарыстамі, вядучымі і членамі журы. Лепшыя рэгіянальныя каманды траплялі на рэспубліканскае тэлебачанне.

КВЗ быў яскравым відовішчам прамога эфіру, напоўненым экспромтам, жвавым словам і бліскучым гумарам. Сцэна і глядзельная зала ўтваралі адзіную карнавальную прастору, аб'яднаную смехам. Падрыхтоўка да гульні ўключала нараджэнне сцэнічнай ідэі, абгаворванне спосабаў яе ўвасаблення, рэпетыцыйны перыяд. Вынікі выступаў каманд, якія ў многім залежалі ад артыстызму і фантазіі гульцоў, абмяркоўваліся іх удзельнікамі з мэтай пазбаўлення ад няўдалых жартаў і нестыковак.

Гульні вясёлых і знаходлівых кідалі выклік савецкаму афіцыйму з урачыстымі сходамі, афіцыйнымі прамовамі, фальшывасцю. Уласна нефармальна-сяброўскія творчыя адносіны, у якіх нараджаліся праграмы КВЗ, супрацьстаялі адміністрацыйна-бюракратычнай іерархіі савецкага грамадства. Вось як перадае працэс падрыхтоўкі каманд КВЗ да гульні ўдзельнік першай зборнай БССР В. І. Ледзенеў: «Мы часта збіраліся разам, блукалі па вуліцах, жартавалі над мінакамі, пілі сухое віно ці каву і абавязкова каго-небудзь разыгрывалі. Мы адназначна адчувалі сябе адзіным цэлым. Але што датычылася кавэзэшнай дзейнасці... Так, мы прыдумлялі, складалі, ставілі мізансцэны, але і памыляліся, сварыліся, раздражняліся. Тым не менш, рабілі ўсё самі – ад напісання двухрадкоўя да агульнага рашэння тэмы» [8, с. 28].

Акрамя вышэйшых навучальных устаноў, гульні мясцовых каманд КВЗ ладзіліся ў тэхнікумах, школах, піянерскіх лагерах

і г. д. Непадкантрольнасць зместу выступленняў іх удзельнікаў выклікала непакой у ідэалагічнага кіраўніцтва. Выступаючы на нарадзе ідэалагічных работнікаў рэспублікі 21 лістапада 1966 г., сакратар ЦК КПБ па ідэалогіі С. А. Пілатовіч наступным чынам выказаўся пра ахапіўшую школы моду на гульні вясёлых і знаходлівых: «Удалыя самі па сабе гэтыя формы правядзення вольнага часу школьнікаў дзе-нідзе сталі ператварацца ў забаўку і нават прыносяць шкоду» [10, арк. 59]. Міністэрства культуры БССР адрэагавала на словы галоўнага ідэлага рэспублікі метадыччай, дзе падрабязна распавядалася, пра што і як трэба было жартаваць, а таксама прапаноўваўся сцэнар для жадаючых арганізаваць спаборніцтвы ў сваёй навучальнай установе [6].

Пералік забароненых для жартаў тэм дапаможнік не змяшчаў, што ў значнай ступені ўскладняла жыццё арганізатараў гульні ў вясёлых і знаходлівых. Паступова на першы план выходзіла такая прыкмета сцэнарных распрацовак, як сацыяльная і маральная прымальнасць аб'ектаў жартаў. Тое, што нельга смяяцца над першымі асобамі партыі і дзяржавы, а таксама камуністычнай ідэалогіяй, савецкія людзі ведалі з маленства. Але дзе знаходзілася хістка мяжа, якая аддзяляла выкрываючую недахопы сатыру ад ідэалагічнай дыверсіі?

Кульмінацыйнай эпохі весялосці стаў удзел беларускай зборнай КВЗ у гульнях сезона 1965/66 г. Пасля перамогі ў паўфінале над камандай Маскоўскага інстытута нафтахімічнай і газавай прамысловасці мінчане выйшлі ў фінал, дзе сышліся ў двубой з камандай «Волга-66». Гульня была падпарадкавана жорсткаму сцэнару, выступы каманд рыхтаваліся загадзя, нагадваючы ўсё менш студэнцкі капуснік і ўсё больш – прафесійны эстрадны спектакль. «Разам з ватманам, тушшу, нажніцамі і клеём каманда страціла частку экспромтаў і свабодную імправізацыю», – з сумам канстатаваў неўзабаве пасля заканчэння гульні адзін з іх удзельнікаў Б. Пастэрнак [13, с. 4].

Сутыкнуўшыся на падрыхтоўчым этапе з цензурай маладзёжнай рэдакцыі Цэнтральнага тэлебачання, выхаваўчымі размовамі партыйных ідэлагаў, а таксама прысутнасцю за кулісамі супрацоўнікаў КДБ, удзельнікі беларускай зборнай раз-

глядалі два варыянты развіцця далейшых падзей: абвясціць са сцэны перад пачаткам гульні аб сваёй адмове ўдзельнічаць у ёй або пагадзіцца з цензарскімі праўкамі і праігнараваць іх падчас гульні. У выніку доўгіх спрэчак перамаглі прыхільнікі другой стратэгіі. Гэтаму паспрыла тое, што на афіцыйным узроўні прыняты імправізацыйнасці працягваў дэкларавацца, бо без яго знік бы эффект непрадказальнасці выніку спаборніцтва. Дзякуючы абмежаванаму дазволу на імправізацыю падчас фінальнай гульні з вуснаў мінчан у прамым эфіры прагучала нямала жартаў, якія прымушалі моцна нэрвавацца вядучых С. Жыльцову і А. Маслякова. Сярод іх быў знакаміты жарт Я. Басіна: «Спачатку завізіруй, потым імправізіруй!» (рэдактары раілі варыянт: «Спачатку рэпетыруй, потым імправізіруй!»), які адразу ж стаў крылатым. Пародыя на камсамольскіх функцыянераў, прадстаўленых у выглядзе гномаў з мультсерыяла У. Дыснэя, была катэгарычна забаронена для сцэнічнага ўваблення [12].

Пасля агульнасаюзнай тэлевізійнай трансляцыі фінала КВЗ 1965/66 г. гульцоў славу таі беларускай зборнай М. Полазава, Я. Басіна, В. Ледзенева, Б. Пастэрнака, Р. Нічыпаровіча, О. Бельзацкага, П. Берліна, Д. Мохавы і інш. пачалі пазнаваць у Мінску, як кіназорак, у твар. 23 мая 1966 г. 57-гадовы мінскі журналіст Я. І. Садоўскі запісаў у дзённымі: «Учора да 12-й ночы глядзеў тэлевізар. Ішла фінальная перадача КВЗ Горкі – Мінск. Увесь час перамагаў Мінск і хлопцы насамрэч былі вясёлыя і знаходлівыя. Але пад канец журы відавочна перацягнула і прысудзіла перамогу Горкаму (49–47 ачкоў). Такім чынам Мінск на другім месцы. Яму прысудзілі сярэбраны медаль. Але ва ўсякім разе ў гэты нядзель-

ны вечар мільёны тэлегледачоў маглі на свае вочы пераканацца ў дасціпнасці мінчан» [2, арк. 131].

Разам са з'яўленнем напрыканцы 1960-х гг. ідэалагічных замаразкаў, пачаўся заход эпохі КВЗ. Логіка развіцця гульні патрабавала пашырэння тэм і ўзмацнення сатырычнага пачатку. Але пасля здушэння «пражскай вясны» сатыра і вальнадумства выклікалі ў савецкага кіраўніцтва складаную гаму пачуццяў – ад разражнення да страху. Узмацнілася рэдактарская цензура, праз якую праходзілі ўсе без выключэння элементы спаборніцтва, найперш «прывітанне каманд» і «хатняе заданне». Перадача дэфармавалася, развальвалася, але выходзіла, паступова губляючы былую папулярнасць. У сезоне 1971/72 г., за год да яе закрыцця на Цэнтральным тэлебачанні, беларуская каманда (зборная БП) усё ж здолела стаць чэмпіёнам КВЗ. У той год трансляцыя фінальнай гульні ішла ўжо ў запісу.

Такім чынам, КВЗ як з'ява моладзевага асяроддзя карысталася павагай сярод самых розных моладзевых груп у якасці папулярнага і актуальнага руху. Прыцягненне студэнтаў да ўдзелу ў руху КВЗ дазваляла наблізіцца да вырашэння тагачасных патрабаванняў вышэйшай адукацыі і рэалізоўваць у працэсе гульні новыя формы пазавучэбнай дзейнасці. КВЗ быў адначасова і школай зносін, і тэрыторыяй развіцця камунікатыўных навыкаў, і прасторай актыўнай карыснай дзейнасці. У працэсе падрыхтоўкі і ўдзелу ў гульнях КВЗ студэнты пазбаўляліся ад комплексаў, удасканалівалі навыкі акцёрскага і рэжысёрскага майстэрства, павышалі ўзровень культуры, фармавалі здольнасці прымаць кіраўнічыя рашэнні, развіваюць крэатыўнае мысленне.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Басін, Я. На вячэрняй хвалі – КВЗ / Я. Басін // Чырвоная змена. – 1964. – 1 лют. – № 22.
2. Беларускі дзяржаўны архіў-музей літаратуры і мастацтва. – Ф. 92. – Воп. 1. – Спр. 269.
3. Бельский, Р. «Снайперы» из педагогического / Р. Бельский // Знамя юности. – 1966. – 27 апр. – № 83.
4. Букланс, Д. Г. КВН как феномен современной массовой культуры: коммуникативные аспекты: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01 / Букланс Дмитрий Григорьевич. – Киров, 2010. – 182 с.
5. Карпава, Г. Мінскі КВЗ: удачы і пралікі / Г. Карпава // Чырвоная змена. – 1964. – 4 сак. – № 45.
6. КВН: Сценарий клуба веселых и находчивых. – Минск: М-во культуры, Респ. метод. каб. культпросветработы, 1966.

7. Ковалев, М. Н. КВН (Клуб веселых и находчивых) как социокультурное явление современной России: дис. ... канд. социологических наук: 22.00.06 / Ковалев Михаил Николаевич. – Москва, 2004. – 139 с.
8. Леденев, В. Мы начинали КВН / В. Леденев // СБ – Беларусь сегодня. – 2002. – 21 дек. – № 287.
9. Марфин, М. Что такое КВН? / М. Марфин, А. Чивурин. – Киров: Междунар. Союз КВН, 2002. – 173 с.
10. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 4п. – Воп. 95. – Спр. 112.
11. Нацыянальны архіў Рэспублікі Беларусь. – Ф. 871. – Воп. 2. – Спр. 732.
12. Никифорович, Г. В. КВН давних времен: свидетельство первопроходимца / Г. В. Никифорович // Мастерская. – 2019. – 8 нояб. – URL: <https://club.berkovich-zametki.com/?p=51606> (дата звароту: 1.09.2022).
13. Пастэрнак, Б. ...А цяпер – за мемуары! / Б. Пастэрнак // Чырвоная змена. – 1966. – 14 чэрв. – № 116.
14. Янішевський, С. О. КВН як соціокультурне явище: генеза, історія розвитку, сучасний стан: дис. ... канд. іст. наук: 17.00.01 / Янішевський Сергій Олександрович. – Київ, 2004. – 185 арк.

Пастушій / Received: 19.01.2025

МОЛОДЕЖНЫЕ СУБКУЛЬТУРЫ: ПРОБЛЕМАТИКА САМОИДЕНТИФИКАЦИИ И ИДЕНТИЧНОСТИ В ЗНАКОВО-СИМВОЛИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

YOUTH SUBCULTURES: THE PROBLEM OF SELF-IDENTIFICATION AND IDENTITY IN THE SIGN-SYMBOLIC SPACE

А. С. Дорожкин

исследователь,

Гродненский государственный медицинский университет (Гродно, Беларусь)

A. S. Darozhkin

Researcher, Grodno State Medical University (Grodno, Belarus)

E-mail: a.dorzhkin08@mail.ru

Статья посвящена вопросам самоидентификации и идентичности личности в знаково-символическом пространстве молодежных субкультур. Посредством обращения к постсубкультурной теории установлено, что для комплексной разработки проблемы необходимо рассматривать идентичность и самоидентификацию сквозь призму структурно-семиотического и коммуникативного аспектов. По результатам сравнительного анализа работ отечественных и зарубежных ученых отмечен факт того, что на современном этапе проблема формирования идентичности и самоидентичности осложняется процессами глобализации и иными обстоятельствами, которые продиктованы эпохой постмодерна, в частности – размытием границ между субкультурами. Подтверждено, что субкультуры содействуют интеграции молодежи в социум, позволяя сохранить индивидуальность и найти приемлемые способы формирования идентичности и самоидентификации. В данном контексте символы субкультур выступают в качестве информационно-коммуникативных посредников.

Ключевые слова: субкультуры; самоидентификация; идентичность; символы.

The article is devoted to the issues of self-identification and identity of an individual in the sign-symbolic space of youth subcultures. By referring to post-subcultural theory it was established that for a comprehensive development of the problem it is necessary to consider identity and self-identification through the prism of structural-semiotic and communicative aspects. Based on the results of a comparative analysis of the works of domestic and foreign scientists, it was noted that at the present stage the problem of the formation of identity and self-identity is complicated by the processes of globalization and other circumstances dictated by the era of postmodernism, in particular, by blurring the boundaries between subcultures. It is confirmed that subcultures contribute to the integration of young people into society, allowing them to preserve their individuality and find acceptable ways of forming identity and self-identification. In this context, subcultural symbols act as information and communication mediators.

Keywords: youth subcultures; self-identification; identity; symbols.

Природа человека биосоциальна: пребывая в непрерывном поиске своего «Я», он оформляет собственную индивидуальность и формирует набор социальных ролей и статусов. Указанные процессы неразрывно связаны с социализацией и адаптацией индивида, а также с проблемами идентичности и самоидентификации личности, ко-

торые вызваны стремительной динамикой трансформаций общества, затрагивающих все сферы жизни, в том числе – социокультурную и коммуникативную.

Развитие базовой культуры оказывает влияние на функционирование множества уникальных субкультур. Особого внимания на современном этапе заслужива-

ют молодежные субкультуры, поскольку именно они становятся специфической социокультурной средой, в пространстве которой молодежь находит возможности для формирования собственной идентичности с последующей адаптацией к жизни в «большом» социуме. Множественность и разнохарактерность молодежных субкультур определяет актуальность изучения феноменов идентичности и самоидентификации молодых людей как их представителей.

В первую очередь мы будем учитывать положения *постсубкультурной теории*, ведь в ее рамках рассмотрена гибридная природа современных субкультур и размытость их границ. По мнению французского социолога М. Маффесоли, данные характеристики стали итогом новых эмоциональных интеракций и практик, в которых «смыслом социальности становятся не инструментальные аспекты, а чувство переживания общности» [1].

К размытию же границ между субкультурами приводит свобода самовыражения с парадоксальным стремлением современной молодежи к независимости от всего, даже от субкультур в их классическом определении. Также, по справедливому замечанию белорусского культуролога Е. А. Криштаносовой, в условиях глобализации актуализируется проблема формирования «универсальной идентичности» [2, с. 273]. В связи с этим Д. Маглатон утверждал, что любую субкультуру можно представить в качестве децентрализованной стилевой системы. По его мнению, смешение субкультурных стилей и низкая избирательность молодежи в вопросе самоидентификации становятся симптомами «деиндивидуализации», обусловленными обращением представителей постсубкультур к концептам индивидуальной автономии и культурного разнообразия в эпоху постмодерна [3, с. 41].

Цель статьи – выявить специфику процессов формирования идентичности и самоидентификации личности в границах молодежной субкультуры в целом и её знаково-символического пространства в частности.

Изучение любых форм и проявлений молодежной культуры предполагает применение междисциплинарного подхода. Ввиду отсутствия универсальных методик

это позволяет проводить комплексные исследования субкультур для: выявления их ключевых особенностей; определения их значения в развитии базовой культуры с учетом динамики мировоззренческих, семиотических, аксиологических и поведенческих паттернов молодежи.

Идентификация личности осложняется фрагментацией общества в результате расширения (и даже исчезновения) условных границ в бытовании субкультур. Наиболее четко данная тенденция прослеживается на примере субкультуры геймеров и иных субкультур онлайн-типа: их представители не ограничены пространственными рамками, количеством ролей в моделируемом ими сообществе, возрастными, половыми и иными параметрами – как в процессе формирования идентичности, так и в ходе дальнейшей самопрезентации.

Впоследствии проблема «деиндивидуализации» стала краеугольным камнем в дискуссии научного сообщества относительно особенностей идентичности в молодежной среде: в частности, западные исследователи – философ Р. Брубейкер и социолог Ф. Купер – обозначили тот факт, что сегодня превалирует скорее «слабая» трактовка феномена, нежели «сильная». «Слабая» идентичность – результат ранее упомянутых характеристик современной культуры молодежи: изменчивости и неоднородности. «Сильная» же идентичность находит свое отражение в высокой степени групповой и социокультурной сплоченности, четкой самоидентификации себя как «своего» и идентификации «чужих» за границами субкультуры [4, с. 5].

В таких, достаточно сложных, условиях основным требованием для комплексного исследования субкультур, по мнению российского культуролога Е. В. Малаховой, соответствует *структурно-семиотический метод*, так как «он позволяет понять, что представляют собой знаки молодежной субкультуры, как они возникают и каким образом формируются связи, превращающие субкультуру в систему значений, которая успешно функционирует и воспроизводится во времени» [5, с. 131]. Важен и тот факт, что субкультура, независимо от современных обстоятельств, действительно обладает определенной структурой, а целью структурализма по Р. Барту «является воссоздание “объекта” таким образом,

чтобы в подобной реконструкции обнаружился правила функционирования ... этого «объекта» [6, с. 255].

Мы разделяем точку зрения российского культуролога Т. А. Кубановой относительно того, что каждой культуре присуща собственная картина мира, выступающая основой для интеграции, поскольку способна объединять разрозненные «культурные феномены, формы и образы, придавая им тем самым определенную целостность» [7, с. 190]. По нашему мнению, именно картина мира субкультуры, формирующая, помимо прочего, символы и ценностно-смысловые установки, становится для ее представителей уникальным базисом и для формирования устойчивой идентичности. Так, молодые люди самоидентифицируют себя как часть субкультуры в зависимости от того, насколько им близка ее картина мира и насколько им понятны те символы, которые отражают субкультурные ценностно-смысловые установки.

Подтверждение этой мысли мы находим в трудах культурологов Ю. Н. Солонина и М. С. Кагана: «индивиды с помощью создаваемых знаковых систем выражают свои мысли и представления, объективируя при этом эти знаковые системы, которые в результате отделяются от индивида и приобретают внеличностное и социокультурное существование» [8, с. 110].

Опираясь на вышеизложенные факты, мы говорим о том, что условное разделение между современными постсубкультурами можно провести по границам создаваемого их представителями знаково-символического пространства. В данном контексте заслуживает внимания положение, озвученное М. М. Соколовым, согласно которому «каждый человек принадлежит к какой-то субкультуре... . Правдоподобное предположение состоит в том, что самоидентификация и символика проявляются лишь вместе с необходимостью быстро и эффективно отличить своих от чужих» [9]. Значимость семиотической среды отмечала и Л. А. Мельникова, говоря о том, что существует «очевидная связь между субъективной важностью субкультурной самоидентификации: при каждой встрече носителя символа с тем, для кого он предназначен, происходит сильная взаимная реакция» [10].

С учетом этого становится понятной рекомендация российского культуролога Е. В. Малаховой относительно интерпретации отдельных знаковых объектов: «субкультуру необходимо наблюдать не только извне, но и изнутри в течение долгого времени» [5, с. 131], ведь «реконструировать коммуникативные каналы субкультуры – целиком и полностью задача исследователя» [5, с. 131]. Такое обстоятельство расширяет проблемное поле исследования: среда бытования знаков и символов не ограничивается пространством молодежной субкультуры, ведь они так или иначе включены во все процессы восприятия и/или коммуникации. По мнению Т. Б. Щепанской, символы могут предвосхищать возникновение субкультуры [11], а также подвергаться изменениям, ведь «при переходе групповой границы происходит перекодирование символа» [11, с. 21].

Иначе говоря, в ходе формирования идентичности могут быть использованы «дополнительные» символы: заимствованные из другой субкультуры или базовой культуры, они сохраняют свое выражение, но обязательно претерпевают содержательно-смысловые изменения с учетом ценностно-смысловых установок принимающей их субкультуры.

Такого рода заимствования не следует рассматривать как угрозу для культуры: наоборот, в должной мере лояльные практики «обмена» способствуют формированию устойчивой идентичности и самоидентификации представителей субкультур, расширяя для них возможности по обретению новых социальных статусов или их закреплению. Говоря о подобных возможностях, российский культуролог И. В. Чупахина отмечает, что «каждой группе ... доступно то или иное поле культуры, которая выступает здесь как спектр потенций» [12, с. 38].

По мнению Ю. М. Лотмана, знаково-символические системы не только отражают индивидуальное мировосприятие, включающее совокупность идей, взглядов и убеждений человека, но также воздействуют на процессы сохранения или обновления реализуемых им социокультурных интеракций и практик [13]. Совокупность ролей, компетенций и статусов в рамках субкультурных интеракций и практик позволяет сделать проведенную

ранее границу еще более четкой, ведь наряду со знаково-символическим пространством мы обнаруживаем пространство коммуникативно-ролевое.

В ходе инкультурации молодые люди получают определенные инструкции, позволяющие им верифицировать ценностно-смысловые установки для дальнейшего принятия или отторжения, т. е. идентифицировать или не идентифицировать себя как представителя субкультуры со всеми сопутствующими ролями. По замечанию М. М. Соколова, даже если субкультура не предоставляет «новичкам» развернутый текст, который отражает ее картину мира, то в рамках инструктивной парадигмы объясняется, «как им себя вести и как им себя чувствовать» [14]. Ключевое условие в формировании идентичности в таком случае становится более очевидным: «способность вести себя так, чтобы казаться неотличимым от остальных исполнителей той же роли и быть воспринимаемым в качестве своего» [14].

Также мы разделяем мнение Е. О. Васильчука относительно того, что «важным фактором консолидации и идентификации в молодежной субкультуре является язык коммуникации» [15, с. 22]. Как отмечает С. И. Кожевникова, особым типом языка является сленг, «который используется ... с целью сделать язык группы непонятным для других и выделить представителей своей группы на фоне остального общества» [16, с. 135–136], тем же выполняя функцию идентификации. По мнению ученого, в пределах молодежной субкультуры сленг является «интегрирующим стержнем, посредством которого осуществляется вхождение в субкультуру, освоение и принятие ее правил, самореализация человека» [16, с. 136].

В трудах российских культурологов С. Ф. Карабановой и Л. А. Мельниковой представлено еще одно звено, соединяющее коммуникативное и знаково-символическое пространство, а также позволяющее представителям субкультур идентифицировать «своих» и «чужих». Им выступает «зрительно воспринимаемая информация, которая передается знаками трех визуально-коммуникативных систем: габитуса (физический облик), костюма (социальное оформление внешности), кинесики (любые значащие движения)» [17]. Дан-

ное сочетание действительно можно обнаружить в молодежных субкультурах, где при формировании идентичности и самоидентификации используются уникальные интеракции, стили и т. д.

В контексте возможностей применения семиотического и коммуникативного подходов для исследований взаимосвязи знаково-символического пространства молодежных субкультур с идентичностью и самоидентификацией их представителей нельзя забывать о том, что со знаками и символами неразрывно связаны процессы фиксации и трансляции ценностно-смысловых установок. Сегодня широко распространенным способом их репрезентации в молодежной субкультурной среде являются скарификационные телесные модификации – устойчивая и полноценная семиотическая система, объединяющая татуировки и художественные шрамы.

По утверждению П. Д. Тищенко, данные феномены телесности – универсальный язык, возникающий в момент «окультуривания» указанных семиотических практик, которые превращают телесность в обладающую знаково-символическим воплощением социокультурную категорию. Само же тело посредством «объективизации» в нем индивида выступает в роли своеобразного текста» [18, с. 47]. Другими словами, названные модификации реализуют и коммуникативную, и идентификационную функции, становясь одним из оснований для выстраивания коммуникационного процесса между носителем символа и субъектом, которому он адресован.

Таким образом, на современном этапе субкультуры не только содействуют интеграции молодых людей в социум, но и позволяют им при этом сохранить индивидуальность, а также найти приемлемые способы формирования идентичности и самоидентификации.

Постсубкультурная теория дает представление о том, что при поиске и выражении своего «Я» молодые люди зачастую стремятся обрести независимость даже от субкультур в их классической трактовке. Вместе с этим поведенческим вектором определенную свободу – при формировании идентичности и последующей самоидентификации – молодежи предоставляют тенденции к размытию границ между субкультурами и смешению их стилей.

В свою очередь устойчивая специфика субкультур зависит от принятой ее представителями картины мира, формирующей множество специфических систем, среди которых – знаково-символическое пространство и ценностно-смысловые установки. Важно помнить, что относительно самостоятельные семиотические системы не только формируют знаково-символическое пространство субкультуры, но и активно включены в процессы коммуникации.

Основные символы, передаваемые в ходе инкультурации в качестве своеобразной инструкции по включению в субкультуру, помогают новым представителям «безболезненно» адаптироваться к новым для них со-

циокультурным условиям и сформировать субкультурную идентичность.

В процессах самоидентификации и самопрезентации молодые люди все активнее обращаются к практике скарификационных телесных модификаций. Помимо непосредственно стилевого функционала, подобные модификации выступают в качестве семиотического инструмента, позволяющего субкультурной молодежи фиксировать и транслировать ценностно-смысловые установки; являются средством невербальной коммуникации и важными источниками визуальной информации об их носителе, а также индикаторами социокультурных и психологических характеристик его личности.

Список использованных источников

1. *Maffesoli, M.* The time of the tribes: The decline of individualism in mass society / M. Maffesoli. – New York: Sage, 1995. – 192 p.
2. Криштаносова, Е. А. К проблеме кризиса идентичности в условиях глобализации / Е. А. Криштаносова // Культура. Наука. Творчество: XIII МНПК, посвященная 75-летию освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков (Минск, 16 мая 2019 г.): сборник научных статей. – Минск, 2019. – С. 272–275.
3. *Muggleton, D.* Inside subculture: The Postmodern Meaning of Style / D. Muggleton. – Oxford: Berg, 2000. – 198 p.
4. *Brubaker, R.* Beyond «Identity» / R. Brubaker, F. Cooper // Theory and Society. – 2000. – Vol. 29. – № 1. – P. 1–47.
5. Малахова, Е. В. Методологические подходы и принципы исследования современной молодежной субкультуры / Е. В. Малахова // Известия Московского государственного технического университета «МАМИ». Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2014. – № 1 (19). – Т. 5. – С. 129–132.
6. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / Р. Барт; пер. с фр., сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – Москва: Прогресс, 1989. – 616 с.
7. Кубанова, Т. А. Картина мира как философское понятие и мировоззренческая система взглядов: история и перспективы изучения / Т. А. Кубанова // Общество. Среда. Развитие. – 2011. – № 1 (18). – С. 189–193.
8. Культурология / под ред. Ю. Н. Солониной, М. С. Кагана. – Москва: Высшее образование, 2005. – 566 с.
9. Соколов, М. М. Субкультурное измерение социальных движений: когнитивный подход / М. М. Соколов // Молодежные движения и субкультуры Санкт-Петербурга: социологический и антропологический анализ / Ин-т социологии РАН; под ред. В. В. Костюшева // Портал «Молодежные движения и субкультуры». – URL: <https://clck.ru/3FYsAX> (дата обращения: 17.12.2024).
10. Мельникова, Л. А. Знаково-символическая сущность молодежной атрибутики как элементов материального и духовного наследия прошлого в современной культуре / Л. А. Мельникова // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://clck.ru/3FYs87> (дата обращения: 17.12.2024).
11. Щепанская, Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры / Т. Б. Щепанская. – Санкт-Петербург: ОГИ, 2004. – 286, [2] с.: ил.
12. Чупахина, И. В. Типология субкультур / И. В. Чупахина // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 68. – С. 38–41.
13. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.

14. Соколов, М. М. Как писать этнографию молодежной субкультуры / М. М. Соколов // Портал «Молодежные движения и субкультуры». – URL: <https://clck.ru/3FYs59> (дата обращения: 17.12.2024).
15. Васильчук, Е. О. Субкультурные идентификации современной молодежи: особенности и факторы появления / Е. О. Васильчук // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2012. – № 3 (12). – С. 21–23.
16. Кожевникова, С. И. Язык коммуникации в молодежной субкультуре / С. И. Кожевникова // Пятые Лазаревские чтения: «Лики традиционной культуры»: материалы междунар. науч. конф. Челябинск, 25–26 февр. 2011 г.: в 2 ч. / Челяб. гос. акад. культуры и искусств; ред. проф. Н. Г. Апухтина. – Челябинск, 2011. – Ч. II. – С. 134–137.
17. Карабанова, С. Ф. От маски к имиджу: монография / С. Ф. Карабанова, Л. А. Мельникова. – Владивосток: Дальнаука, 2009. – 164 с.
18. Тищенко, П. Д. Дано мне тело... / П. Д. Тищенко // Человек. – 1990. – № 3. – С. 41–49.

Поступила / Received: 20.01.2025

МЕДЫЯСПАЖЫВАННЕ ЯК РЫТУАЛЬНАЯ ПРАКТЫКА КАНСТРУЯВАННЯ КУЛЬТУРНАЙ ІДЭНТЫЧНАСЦІ МОЛАДДЗЮ

MEDIA CONSUMPTION AS A RITUAL PRACTICE OF THE CULTURAL IDENTITY CONSTRUCTION BY YOUTH

А. Д. Крывалап

кандыдат культуралогіі,
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў (Мінск, Беларусь)

A. D. Krivolap

Candidate of Culturology,
Belarusian State University of Culture and Arts (Minsk, Belarus)

E-mail: email2krivolap@gmail.com

Артыкул прысвечаны разгляду феномена медыяспажывання як практыкі канструявання культурнай ідэнтычнасці. У якасці тэарэтычнага падмурку выкарыстоўваюцца канцэпцыі, створаныя ў межах культурнай антрапалогіі і сацыялогіі, якія прадстаўлены працамі такіх даследчыкаў, як С. Котл, Н. Коўлдры, Б. Ларсен, С. Люк, Т. Трыло, Т. Тафт, Ф. Эліот. У артыкуле прапануецца аўтарская інтэрпрэтацыя магчымасцей выкарыстання медыяспажывання як рытуальнай практыкі для стварэння культурнай ідэнтычнасці. Рытуальная практыка разглядаецца як элемент пабудовы культурнай ідэнтычнасці і адчування ўласнай прыналежнасці да адпаведнай культуры. Некаторыя састарэлыя рытуальныя формы лёгка адаптуюцца ў новых умовах сацыяльных сетак, што стварае магчымасці для механізмаў актуалізацыі архайчных практык.

Ключавыя словы: культурная ідэнтычнасць; рытуал; практыка; медыяспажыванне; новыя медыя.

The article is devoted to the consideration of the phenomenon of media consumption as a practice of constructing cultural identity. The theoretical foundation of the article is constituted by concepts created within the framework of cultural anthropology and sociology, which are represented by the works of such researchers as S. Cottle, N. Couldry, P. Elliott, S. Lukes, B. Larsen, T. Trillo and T. Tufte. The article presents the author's interpretation of the potential for media consumption to function as a ritual practice in the construction of cultural identity. Ritual practice is considered as an element of building cultural identity and a sense of belonging to the corresponding culture. Some outdated ritual forms are easily adapted to the new conditions of social networks, which creates opportunities for mechanisms for updating archaic practices. This phenomenon emerges when individual actions assume a collective or social dimension.

Keywords: cultural identity; ritual; practice; media consumption; new media.

Зацікаўленасць у новых практыках камунікацыі можна разглядаць як адну з формаў пошуку сябе і ўласнага Я ва ўмовах зменлівага свету і сацыяльна-культурных трансфармацый. Магчыма, гэтым можна растлумачыць увагу, якую надае культурная антрапалогія даследаванням новых форм анлайн-камунікацый і культурных рэпрэзентацый. Адною з цэнтральных катэгорый для культурнай антрапалогіі з'яўляецца рытуал як падмурак для пабудовы і далейшага развіцця культуры. І гэта тычыцца не толькі рэлігійных культў, мі-

фалогіі і вераванняў, але і рытуалізацыі сацыяльна-культурнага жыцця ў шырокім сэнсе. Таксама магчыма разглядаць практыкі спажывання медыя як форму рытуальных дзеянняў.

Адносна актуальнасці вывучэння рытуалізацыі медыяспажывання варта адзначыць, што вывучэнне рытуалаў даўно і трывала ўпісалася ў культурную антрапалогію, у межах якой створаны класіфікацыі і тыпалогіі рытуалаў. Але рытуалізацыя практык спажывання новых медыя – гэта адносна новая з'ява. Для стварэння агуль-

най сацыялагічна-культуралагічнай рамкі даследавання медыярытуалаў варта адзначыць даследаванне Н. Коўдры «Медычныя рытуалы: крытычны падыход» [7], а таксама манаграфію С. Котла «Медыятызаваныя рытуалы: за межамі згоды на вытворчасць» [6]. Ніжэй па тэксце мы спынімся на гэтых працах больш падрабязна. Што тычыцца беларускіх даследаванняў медыярытуалаў, то не будзе перабольшаннем сцвярджанне, што сёння назіраецца ўстойлівая тэндэнцыя павелічэння часу, які выдаткоўваецца на штодзённае спажыванне медыякантэнту. Як адзначае беларускі сацыёлаг А. М. Бельскі: «Беларуская моладзь не з'яўляецца актыўным прадукцэнтам інфармацыйнага кантэнту, аддаючы перавагу хутчэй спажыванню таго, што ўжо прапануецца ў групах сацыяльных сетак і на каналах месэнджараў» [1, с. 11]. Але падобная з'ява ўласціва не толькі для беларускай моладзі, а з'яўляецца глабальным выклікам.

Мэта артыкула – абгрунтаваць магчымасці інтэрпрэтацыі медыяспажывання як спецыфічную форму рытуальнай практыкі, што можа актыўна выкарыстоўвацца моладдзю для канструявання ўласнай культурнай ідэнтычнасці праз засваенне архаічных практык пабудовы ідэнтыфікацыі. Ці іншымі словамі, паспрабуем разгледзець спажыванне медыя як спробу вяртання да рытуалаў архаічнай культуры, калі цэнтральнае месца адводзіцца не рацыянальнасці, а традыцыі і архаіцы на новым тэхналагічным узроўні.

Кожная з культур прапануе свае ўласныя шляхі вырашэння. Часам гэта вядзе да радыкальных абмежаванняў як спосабаў адтэрміноўкі неабходнасці пошуку адказу на выклікі сучаснасці. Так, у лістападзе 2024 г. у Аўстраліі была прынята «Папраўка аб бяспецы ў інтэрнэце (мінімальны ўзрост для сацыяльных сетак)» [2], якая на заканадаўчым узроўні забараняе карыстанне сацыяльнымі сеткамі асобам да 16-гадовага ўзросту. Платформы, якія не забяспечаць выкананне гэтага патрабавання, рызыкуюць апынуцца пад пагрозай велізарнага штрафу. Гэта новая культурная сітуацыя, калі TikTok, Facebook, Snapchat і Instagram – толькі для дарослых. Можна сказаць, што дарослыя не ведаюць, што рабіць з тым, што моладзь «з галавой» сыходзіць у анлайн.

Папулярнасць сацыяльных сетак, магчыма, тлумачыцца тым, што яны прапануюць простыя механізмы далучэння і ўзаемадзеяння, якія выкарыстоўваюць архаічныя практыкі, звязаныя з рытуаламі. Гэта адна з новых форм рытуалізацыі штодзённасці. Калі неабходны толькі паўтор дзеяння без спробы яго крытычнага асэнсавання. Парадаксальна, але ў такім выпадку новыя медыя могуць стаць механізмам для актуалізацыі архаічных практык далёкага мінулага, напрыклад, шматлікія чэленджы ў сацсетках. Найноўшыя тэхналогіі тэлекамунікацый вяртаюць нас да практык архаічных часоў. Новыя медыя ствараюць новыя рытуалы, новыя практыкі ўзаемадзеяння. Нават індывідуалізаванае адасобленае медыяспажыванне можа разглядацца як рытуальная сацыяльная практыка. Тут варта ўгадаць даследаванне камунікатывных практык у сацыяльных сетках, па выніках якога была прапанавана тыпалогія з 16 рытуалаў. Аўтары высветлілі, што «некаторыя састарэлыя рытуальныя формы лёгка пераводзяцца ў сацыяльныя сеткі <...> і часам новыя практыкі ў сацыяльных сетках не маюць дакладных папярэднікаў сярод старых рытуальных катэгорый» [3, р. 5]. Пры гэтым падкрэсліваецца, што рытуалы з'яўляюцца вельмі ўстойлівымі формамі сацыяльнага ўзаемадзеяння. Сацыяльныя сеткі разглядаюцца як новая прастора ці новы кантэкст, у якім ажыццяўляюцца добра вядомыя практыкі камунікацыі. Калі ў прымітыўных культурах пераход ад дзяцінства да дарослага жыцця адбываўся праз абрад ініцыяцыі, то сучасная моладзь шукае магчымасці для ўмоўнай ініцыяцыі анлайн.

У першую чаргу рытуал – гэта практыка. Культурная ідэнтычнасць ствараецца праз рытуалы, а трансфармацыя рытуалаў вядзе да трансфармацыі ідэнтычнасці. Традыцыйна рытуалы даследаваліся ў кантэксце лакальных суполак, тэхналогіі масавай камунікацыі змянілі маштаб, у якім могуць адбывацца рытуалы. На мікраўзроўні – гэта субкультуры, на макраўзроўні – практыкі нацыянальнай культуры.

Культурная значнасць рытуалаў тлумачыцца тым, што іх напаўненне закранае сферу сацыяльнага і ў выніку любая праява сацыяльнага жыцця можа быць канцэптуалізавана як сваеасаблівая рытуаль-

ная форма. С. Люк прапануе наступнае сацыялагічнае вызначэнне рытуалу – гэта «кіруемая правіламі дзейнасць сімвалічнага характару, якая прыцягвае ўвагу ўдзельнікаў да аб'ектаў думкі або пачуццяў, якія яны лічаць асабліва важнымі» [4, р. 291].

Пазней Ф. Эліот прапануе два ўдакладненні да вышэйзгаданай дэфініцыі рытуала. Па-першае, «сам рытуал – гэта структураванае прадстаўленне, у якім усе ўдзельнікі няроўныя. Па-другое, <...> рытуал мае “сімвалічны характар” і заснаваны на “аб'ектах думкі або пачуццяў”, якія маюць “асаблівае значэнне”» [5, р. 145].

У ХХІ ст. цяжка знайсці рытуалы, якія б грунтаваліся на нашай веры ў тое, што бездакорнае выкананне сацыяльных роляў нейкім звышнатуральным чынам можа паўплываць на наш лёс і дабрабыт. Магічнае мысленне засталася ў мінулым, але ў той жа час існуе шмат разнастайных цырымоній, якія выкарыстоўваюць міфалагічныя ўяўленні і формы. Цырымоніі складаюцца з асобных рытуалаў, могуць адбывацца ў медыяпрасторы ці мець выключна віртуальны характар.

У якасці працоўнага вызначэння рытуальных дзеянняў у медыяпрасторы спынімся на дэфініцыі, якую прапанаваў С. Котл: «Медыятызаваныя рытуалы – гэта выключныя і перфарматыўныя медыяфеномены, якія служаць для падтрымання і/або мабілізацыі калектыўных пачуццяў і саідарнасці, заснаваных на сімвалізацыі і ўмоўнага разумення таго, што і як павінна быць» [6, р. 415]. Падобнае вызначэнне ў вывучэнні медыйных рытуалаў азначае пошук папярэднікаў медыйных рытуалаў у мадэлях, катэгорыях і межах, якія дзейнічаюць паўсюль, ад каментарыяў у прэсе і часопісах да выпускаў тэлевізійных навін і лайкаў у сацыяльных сетках. Важнасць захавання менавіта тэрміна «рытуал» дазваляе пераасэнсоўваць функцыянальны і кагнітыўны падыходы ў даследаванні медыяспажывання. Канцэпцыя медыярытуалаў сцвярджае і рэпрэзентуе прыроду наяўнай сацыяльнай рэчаіснасці і месца медыя ў ім.

Н. Коўдры прапануе тры магчымыя ўзроўні разумення сэнсу рытуалаў: «Рытуал як звыклае дзеянне, рытуал як фармалізаванае дзеянне і рытуал як дзеянне (часта, але неабавязкова, фармалізаванае), што звязана з трансцэндэнтнымі каштоўнасцямі» [7, р. 21–22].

Медыярытуал закранае і пытанне разумення сацыяльнай прасторы, а таксама стварэнне адпаведнай рамкі для разумення кантэксту.

Такім чынам, рытуалы – гэта дзеянні, якія з-за сваёй шаблоннасці здольны замяніць больш шырокія і складаныя рамкі разумення. Гэты працэс стварэння фрэймаў у свядомасці складаецца з трох элементаў: «1) дзеянні, з якіх складаюцца рытуалы, структураваны вакол пэўных катэгорый і / або межаў; 2) гэтыя катэгорыі ўказваюць або замяняюць базавую каштоўнасць; 3) гэтая каштоўнасць адлюстроўвае наша адчуванне таго, што ў рытуале на карту пастаўлена сацыяльнае» [7, р. 26].

Фрэймінг у дачыненні да рытуалаў значыць нешта больш істотнае, чым выпадковыя адметнасці рытуальнай практыкі. Гэта закранае спосаб катэгарызацыі свету, а таксама ўзровень каштоўнасцей і іерархій. Спажыванне медыя – гэта рытуальная практыка. Прыкладам наяўнасці іерархій для сферы медыяспажывання можа быць працэс рытуалізацыі сустрэч вядомых медыйных асоб (celebrity) ці лідараў меркаванняў (influencer) са звычайнымі карыстальнікамі: ад развіртуалізацыі блогераў да TikTok-зорак. Рытуалізацыя падобных афлайн мерапрыемстваў праз стварэнне межаў і абмежаванняў для далучэння да сустрэчы стварае тыя самыя бар'еры, што акрэсліваюць новыя іерархіі і тым самым імкнуцца павысіць каштоўнасць удзелу ці адчування далучанасці.

Падчас ажыццяўлення рытуалу няма нічога выпадковага. Паслядоўнасць дзеянняў як сінтаксіс у дачыненні да моўных практык мае істотнае значэнне. Значная частка рытуалаў напоўнена мовай, але часам яна пазбаўлена зместу, хутчэй бясконцыя паўторы. Людзі не разумеюць змест атрыманай інфармацыі і не імкнуцца да гэтага. Наогул, гэта не пытанне ўзроўняў прачытання ці інтэрпрэтацыі, па аналогіі з тым як «рэлігійныя гімны і спевы падобныя на рытуал у тым, што яны не могуць выказаць сэнс, але адлюстроўваюць сінтаксічную структуру ў яе чыстым выглядзе, такім чынам, чыстую дзейнасць» [8, р. 344–345]. У гэтым сэнсе спажыванне медыя не прадугледжвае ад аўдыторыі крытычнай рэфлексіі і глыбокага пераасэнсавання атрыманай інфармацыі. Хутчэй прапануе ўдзел і далучэнне да

гэтага працэсу бясконцага абмену інфармацыяй.

«Ідэя аб тым, што рытуал не з'яўляецца рацыянальным, прысутнічае ў агульным, а таксама ў антрапалагічным разуменні» [5, р. 146]. Калі медыяспажыванне разглядаецца як рытуальнае дзеянне, то неабходна перагледзець і магчымае разуменне вынікаў падобнага ўзаемадзеяння. Такім чынам, можна сказаць, што «рытуал – гэта не столькі паведамленне аб сацыяльнай рэчаіснасці, колькі звычайнае прадстаўленне, якое сімвалічна адлюстроўвае сацыяльныя адносіны» [5, р. 168]. Гэта мае сэнс як у дачыненні да медыя, так і да любых іншых рытуальных дзеянняў. Атрымліваецца, што «рытуал, безумоўна, датычыцца ідэнтычнасці, пачуцця і адчування сябе ў сацыяльным свеце, не толькі на рэфлексіўным узроўні, але і на штодзённым узроўні, дзе ўдзел у рытуалах незаўважна трапляе ў культурны парадак» [9, р.104], калі індывідуальныя дзеянні маюць і калектыўнае ці сацыяльнае вымярэнне.

Можна падвесці некаторыя вынікі адносна магчымасці выкарыстання канцэпцыі рытуалізацыі практык медыяспажы-

вання сучаснай моладзі. Не існуе аніякіх падстаў шукаць сэнс у змесце вірусных відэа TikTok. Там наогул не патрэбны сэнс, замест яго гэта частка рытуальных дзеянняў, што скіраваны на сцвярджанне ўласнага існавання. Гэта не магчымы спосаб камунікацыі з вышэйшымі сіламі прыроды ці духамі, а проста доказ наяўнасці ўласнага існавання ў медыяпрасторы праз дзейнасць. Гэта чыстыя формы практыкі, што сцвярджаюць сапраўднасць уласнага існавання і гэта цікавым чынам суадносіцца з працэсам канструявання культурнай ідэнтычнасці. Канструяванне культурнай ідэнтычнасці з'яўляецца часткай індывідуальнай практыкі штодзённага жыцця і спажывання медыякультуры. Сучасныя практыкі рытуалізацыі медыяспажывання садзейнічаюць культурнай разнастайнасці і гетэрагеннасці працэсу інкультурацыі індывідаў. Практыка медыяспажывання набывае татальны характар, што стварае ўсё больш магчымасцей для ўтварэння віртуальных гета і ізаляцыі з дапамогай перагрузкі інфармацыяй. Непасрэдным чынам менавіта культурная практыка стварае сэнс для ідэнтыфікацыі як працэсу сацыяльнага станаўлення.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Бельский, А. М. Медиапрактики современной белорусской молодежи в пространстве социальных сетей и мессенджеров (по материалам социологических исследований) / А. М. Бельский // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. / под науч. ред. И. И. Калачёвой. – Минск: РИВШ, 2024. – Вып. 12. – С. 5–12.
2. Online Safety Amendment (Social Media Minimum Age) / Parliament of Australia. – Canberra, 2024. – URL: https://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/download/legislation/bills/r7284_aspassed/toc_pdf/24150b01.pdf (date of access: 11.01.2025).
3. Trillo, T. A typology of social media rituals / T. Trillo, B. Hallinan, L. Shifman // Journal of Computer-Mediated Communication. – 2022. – Vol. 27. – №. 4. – P. 1–11.
4. Lukes, S. Political ritual and social integration / S. Lukes // Sociology. – 1975. – Vol. 9. – №. 2. – P. 289–308.
5. Elliott, P. Press performance as political ritual / P. Elliott // The Sociological Review. – 1981. – Vol. 29. – № 1_suppl. – P. 141–177.
6. Cottle, S. Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent / S. Cottle // Media, Culture & Society. – 2006. – Vol. 28. – № 3. – P. 411–432.
7. Couldry, N. Media rituals : a critical approach / N. Couldry. – London: Routledge, 2005. – 173 p.
8. Staal, F. The meaninglessness of ritual / F. Staal // Philosophy of Religion. – Routledge, 2013. – P. 326–346.
9. Larsen, B. S. Rituals in the modern world: Applying the concept of ritual in media ethnography / B. S. Larsen, T. Tufte // Global Media Studies. – Routledge, 2004. – P. 90–106.

Паступіў / Received: 15.01.2025

МОЛОДЕЖЬ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ОТ ТИПОЛОГИИ К КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

YOUTH IN THE FIELD OF CULTURE: FROM TOPOLOGY TO CONCEPTUALISATION

А. Э. Саликов

кандидат культурологии, доцент,
Республиканский институт высшей школы (Минск, Беларусь)

A. E. Salikau

Candidate in Culturology, Associate Professor,
National Institute for Higher Education (Minsk, Belarus)

E-mail: andrei.salikau@gmail.com

Статья посвящена теоретическому осмыслению многообразия социокультурных практик в молодежной среде. Предлагается краткий обзор основных направлений культурологически ориентированных исследовательских направлений в молодежной сфере. В статье раскрыты основные признаки типологии молодежных явлений в сфере культуры, раскрыты подходы к определению понятий «молодежная культура», «молодежная субкультура», «молодежная контркультура» и «культура для молодых», а также рассматривается методологический потенциал их сравнительного анализа. Выявляются тенденции трансформации молодежных практик. Особое внимание уделено роли молодежи в культуротворческих процессах и формировании новых социокультурных трендов. На таком теоретико-методологическом основании обосновывается культурологический концепт «молодежное измерение культуры».

Ключевые слова: молодежь; культура; субкультура; контркультура; культуротворчество; концептуализация; молодежное измерение культуры.

The article is devoted to the theoretical conceptualization of the diversity of sociocultural practices among youth. It provides a concise overview of the main directions in culturally oriented youth researches. The article elucidates the key characteristics of typologies pertaining to youth phenomena in the cultural sphere. The study explores various approaches to defining the concepts of “youth culture”, “youth subculture”, “youth counterculture”, and “culture for the young”, while also examining the methodological potential of their comparative analysis. Trends in the transformation of youth practices are identified. Special attention is given to the role of youth in cultural innovation and the formation of new sociocultural trends. On this theoretical and methodological foundation, the article substantiates the cultural concept of the “youth dimension of culture”.

Keywords: youth; culture; subculture; counterculture; conceptualization; youth dimension of culture.

Проблемное поле исследований молодежной сферы характеризуется высокой степенью гетерогенности и включает в себя широкий спектр социокультурных явлений. Категориально-понятийный аппарат включает как достаточно проработанные понятия, так и понятия, требующие теоретического осмысления, концептуализации и операционализации.

Проблемам теоретико-методологического характера, связанным с осмыслением роли и места молодежи в культуре, посвящены работы С. Ю. Гогерчак [1], В. В. Познякова [2], А. П. Мальцева [3], В. Я. Суртаева [4], А. М. Караева [5], И. Х. Шонуса [6] и др.

Типологическому многообразию и динамике молодежных субкультур посвящены работы зарубежных и отечественных ученых Т. Парсонса [7], О. А. Гутько, Л. К. Кухто, А. И. Смолика [8], С. В. Масленченко [9], С. И. Левиковой [10], Т. Б. Щепанской [11] и др.

Проблематике социокультурного творчества и социокультурной активности молодежи посвящены научные работы Р. Г. Салахутдинова [12] и В. Я. Суртаева [13].

Большой вклад в развитие молодежных исследований внесла советская школа социологии молодежи. Значительный теоретико-методологический потенциал накоплен в рамках белорусской и россий-

ской школ социологии молодежи, а также в рамках западноевропейской и американской школ социологии – Бирмингемской и Чикагской.

Особое место в белорусской гуманитарной науке занимают работы, раскрывающие вопросы ценностного содержания идеологического, духовно-нравственного и гражданско-патриотического воспитания молодежи.

Отдельно выделяются работы, посвященные осмыслению глобализационных процессов конца XX – начала XXI в., роли и месте молодежи в глобальной культуре; исследования, раскрывающие реализацию молодежной политики в сфере культуры и творчества, а также теории поколений.

Качественное и количественное многообразие культурологически ориентированных исследований выводят нас на новый уровень концептуального осмысления явлений и процессов в молодежной сфере, связанных с культурой.

Цель статьи: на основании сравнительного типологического анализа понятий «молодежная культура», «молодежная субкультура», «молодежная контркультура», «культура для молодых» в контексте основных универсалий культуры обосновать культурологический концепт «молодежное измерение культуры».

Впервые понятие «молодежная культура» (Youth Culture) предложил использовать американский ученый Т. Парсонс. Он использовал это понятие, чтобы описать специфические образы жизни, ценности, нормы и поведение, которые характеризуют молодежную группу. Т. Парсонс утверждал, что молодежная культура отличается от культуры взрослых и имеет свои уникальные черты, связанные с развитием личности, социальной интеграцией и поиском своего места в обществе [7, с. 24]. Это понятие стало широко использоваться в социологии для анализа культурных особенностей молодежной группы и ее роли в обществе.

Российский ученый И. Х. Шонус выделяет три основных подхода к пониманию молодежной культуры. Первый подход рассматривает ее как одну из относительно самостоятельных частей всеобщей культуры, отождествляя первую с субкультурой; второй подход определяет молодежную культуру как контркультурное образова-

ние, а третий – трактует в качестве особого культурного феномена, зародившегося на пересечении традиционных и современных культурных форм и практик. И. Х. Шонус обосновывает авторское определение понятия «молодежная культура» как «многозначное понятие, раскрывающееся в системе таких существенных признаков, как: воплощение молодёжной субъектности; принадлежность к доминирующей в обществе культуре в качестве одного из её элементов, существующих на пересечении её традиционных и современных форм; совокупность норм, ценностей, смыслов, и основанных на них образцов, институтов и результатов деятельности молодёжи, обеспечивающих её уникальность и устойчивость как отдельной социально-демографической группы, определяющих её роль и место в социуме и мире в целом, оказывающих значительное влияние на динамику общественного развития» [6, с. 132].

Культура формирует у молодежи творческие способности, нравственно-эстетическое сознание и компетенции для активного участия в культурно-творческой деятельности. При этом молодежная культура является отражением ценностей, интересов и устремлений молодых людей, она служит средством самовыражения, самоидентификации и самореализации. Как подчеркивает В. Я. Суртаев, культура «формирует такие важные для молодежи качества, как способность к деятельности, созиданию, творчеству. Культура формирует у нее нравственное и эстетическое сознание. Полнота и глубина овладения молодыми людьми богатством культуры делает их современными, способными не только воспринимать и осваивать культуру, но и “включаться” в многообразные виды культурно-творческой деятельности. Эта деятельность зачастую носит субкультурную активность, которая и придает своеобразие направлениям и формам самореализации молодежи» [4, с. 196–197].

Молодежная культура представляет собой динамичное проявление творческого самовыражения молодых людей в различных сферах культуротворчества. Молодежная культура способствует инновациям и появлению новых творческих направлений в молодежной среде. Молодежная культура постоянно меняется и развивается, отражая актуальные тенденции (трен-

ды). Молодежные тренды выражаются в постоянном появлении и развитии новых стилей. Так, распространенным явлением молодежной культуры стал граффити-арт, представляющий своеобразный молодежный язык. Молодые художники используют граффити для привлечения внимания к социальным проблемам, включения в диалог и фиксации важных исторических событий.

Стремление к субъектности молодежи выражается в демонстрации независимости, протестности и инновационности. В частности, это проявляет себя в повседневном образе жизни, например, в одежде (свободные худи, джинсы и кроссовки).

Молодежь развивает экологическую моду (эко-стиль). Эко-мода включает в себя использование натуральных материалов, переработку и вторичную переработку одежды, а также поддержку брендов, которые вносят вклад в защиту окружающей среды. В молодежную моду входит дружественный окружающей среде стиль жизни (eco-friendly).

Получают развитие «винтажные тренды», где одежда и аксессуары разных эпох становятся популярными в молодежной среде (например, субкультура «Стиляги» или вечеринки в стиле 1980-х, 1990-х гг.).

В ряде зарубежных стран фиксируются взаимосвязанные и взаимозависимые явления в молодежной сфере, связанные с молодежной культурой: сохранение молодежного образа жизни независимо от биологического возраста субъектов культуры (ювенилизация); концептуальное влияние культуры на области, которые выходят за рамки культурного сектора (культурная адаптация); формирование «культуры для молодых» на мировом рынке товаров и услуг (коммерциализация); позиционирование молодых людей одновременно как производителей и потребителей культуры (просумеризация); расширение спектра личностной идентичности молодых людей (индивидуализация); диверсификация векторов молодежной социально-культурной активности на разные культуротворческие сферы (фрагментация); осознание взаимозависимости, уменьшение расстояния благодаря коммуникационным технологиям, путешествиям и распространению новых международных контактов и их локализация (глобализация/локализация); горизон-

тальная мобильность молодежи и гибридизация молодежных культур (транскультурность); расширение прав и возможностей молодежи (культура как инструмент борьбы с дискриминацией); распространение киберпространства практически на все социальные аспекты повседневной жизни молодежи (цифровизация) [15, с. 11]. Эти и другие явления существенно влияют на содержание и формы культуротворческих процессов в молодежной среде.

Итак, молодежная культура является собирательным понятием. Она представляет собой совокупность ценностей, норм, образцов поведения и интересов, художественных стилей, которые характерны для молодого поколения.

Формирование и развитие молодежной культуры непосредственно связано с актуальной социокультурной динамикой. Во второй половине XX в. появляются новые технологии и средства массовых коммуникаций, которые придали новые импульсы и возможности самовыражения и самоидентификации молодежи. В последней четверти XX в. важным фактором развития молодежной культуры стали глобализационные процессы, а молодежные тенденции стали взаимосвязаны и взаимозависимы. Молодежная культура включает в себя многообразие молодежных субкультур, которые отражают растущие и изменяющиеся культурные интересы молодых людей. Они становятся своеобразными площадками идентификации молодежи, позволяя ей выражать свою индивидуальность и принадлежность к определенному молодежному сообществу.

Перейдем к анализу сущностных характеристик понятия «молодежная субкультура» и ее современной интерпретации. Молодежная субкультура является формой обретения субъектности неформальных групп молодых людей. Субкультура является частью культурной системы, существующей внутри основной (базовой) культуры, и обладает уникальными характеристиками. Ее формирование происходит в результате взаимного влияния различных факторов, таких как уровень социокультурного развития общества, социальный статус, возраст, пол, интересы и образование, и т. д.

Одним из крупнейших исследователей феномена молодежных субкультур в рус-

скоязычном академическом дискурсе является российский исследователь С. И. Левинова. По ее мнению, «молодежная субкультура – это эзотерическая, эскапистская, урбанистическая культура, созданная молодыми людьми для себя; это “элитарная” культура, нацеленная на включение молодых людей в общество; это – частичная культурная подсистема внутри системы “официальной”, базовой культуры общества, определяющая стиль жизни, ценностную иерархию и менталитет (то есть мировосприятие, умонастроение) ее носителей» [10, с. 34–35].

Мировоззрение представителей субкультур отличается от основной культуры. Они могут иметь свою уникальную способность мышления, восприятия и понимания мира. Например, в субкультуре могут преобладать нестандартные или альтернативные взгляды на искусство, религию или мораль. Субкультура может быть как открытой, так и внешне невыраженной (скрытой). Она может оказывать положительное влияние, способствуя разнообразию и самовыражению, а также негативное, приводя к конфликтам или социальной изоляции молодых людей.

Современные молодежные субкультуры носят преимущественно урбанистический характер. Городская молодежь диверсифицируется по признаку статуса города (молодежь малых, крупных городов и мегаполисов). Молодежь крупных городов и мегаполисов подразделяется на работающую и учащуюся молодежь. Анализ фактологического материала и актуальных исследований молодежных субкультур позволяет выделить характерные черты молодежных субкультур конца XX – первой четверти XXI в.: плюрализм, множественность, децентрализация, неопределенность, фрагментарность, прерывность, изменчивость, эклектизм.

Контркультура молодежи в конце XX – начала XXI в. представляет собой социокультурное явление, которое характеризуется отрицанием и противостоянием установленным в обществе правилам и нормам. В последней четверти XX в. молодежные контркультуры продолжили свое развитие и эволюцию, принимая различные формы. Например, в 1980-х гг. появилось панк-рок-движение как протест против традиционных устоев общества.

В 1990-х гг. возникло гранж-движение, которое отвергало идеалы поп-культуры и выражало свое неприятие к социальным проблемам. В начале XXI в. с развитием интернета и социальных сетей молодые люди используют новые технологии для выражения своей индивидуальности и протеста. Например, появилось движение «анонимных хакеров» (Anonymous). Характерными чертами молодежных контркультур конца XX – первой четверти XXI в. стали: стремление к самовыражению путем использования эпатазирующих внешних атрибутов, символов и знаков экстремистского характера, таких как татуировки, пирсинг и др.; протест и нонконформизм, проявляющиеся в открытом выражении недовольства политическими, социальными или экономическими проблемами, а также противостояние установленным нормам и ценностям общества; связь молодежных контркультур с определенными музыкальными жанрами, стилями и направлениями, контрастирующими с традиционными. Опора на ценности и идеалы свободы, справедливости, толерантности, экологии и климата стали основополагающими для молодежных контркультур.

Индустрия массовой культуры, включающая «индустрию развлечений» и «поп-культуру», ориентированная на молодежную аудиторию, детерминировала новое явление – культуру для молодых. Она формирует вкусы и предпочтения молодежи, характер потребления, создает новые тренды и моду посредством СММ-технологии (Social Media Marketing), технологий продакт-плейсмента (product placement), а также способствует развитию коммерциализированных культурных индустрий. Существенный вклад в развитие культуры для молодых вносят социальные сети, сервисы для создания и просмотра коротких видео (Tik-Tok) и др. В настоящее время молодежная аудитория является важным рынком для различных товаров и услуг. Производители товаров и услуг активно обращаются к молодежной аудитории, как перспективным потребителям их продукции. Таким образом, культура для молодых использует возможности массового производства товаров и услуг культурного назначения, а также медиаконтента, ориентированного на молодежь.

Систематизация сложившихся подходов и толкований к понятиям «молодежная культура», «молодежная субкультура», «молодежная контркультура», «культура для молодых», а также реконструкция их сущностного содержания, позволяют выйти на уровень концептуализации через обоснование и интерпретацию культурологического концепта «молодежное измерение культуры».

Молодежное измерение культуры является частью/подсистемой культуры и представляет собой культурную форму бытия молодежных субъектов в основных сферах культуротворчества (художественной, правовой, экологической, нравственной, эстетической культурах). Молодежное измерение культуры включает многообразие молодежных субъектов/творцов, типологическую определенность по признаку

стиля (субкультуры/контркультуры); коммерциализированую культуру для молодых и молодежную моду; инфраструктуру молодежной коммуникации; семиотикосемантическое содержание молодежного социокультурного дискурса (языки/тексты/контексты) и его аксиологическое содержание; площадки культуротворчества как пространства реализации культурного потенциала; виды молодежного творчества и их жанровое разнообразие (любительское художественное, техническое, социокультурное, цифровое); многообразные направления/формы социокультурной активности, где молодежный субъект принимает свою качественную определенность; формы и методы реализации социокультурной активности, такие как инициативы, проекты, кампании, форумы, фестивали и т. п.

Список использованных источников

1. Гогерчак, С. Ю. Молодежь как феномен культуры: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13 / Гогерчак Светлана Юрьевна. – Ростов-на-Дону, 2004. – 124 с.
2. Креативные ресурсы работы с молодежью: учеб.-метод. пособие / В. В. Позняков [и др.]. – Минск: РИВШ, 2017. – 295 с.
3. Мальцев, А. П. Молодежь: философские проблемы становления субъекта культуры: автореф. дис. ... канд. филос. наук / А. П. Мальцев. – Уфа: УГАТУ, 1988. – 24 с.
4. Молодежь и культура / В. Я. Суртаев; С.-Петерб. гос. ун-т культуры. – Санкт-Петербург: [б. и.], 1999. – 223 с.
5. Караев, А. М. Мир молодежи: культура и современные социальные коммуникации / А. М. Караев. – Баку: Элм, 2007. – 319 с.
6. Шонус, И. Х. Понятие и сущность молодёжной культуры: основные подходы / И. Х. Шонус // Ученые записки Крым. федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология. – 2019. – Т. 5 (71), № 3. – С. 123–134.
7. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс; пер. с англ. Л. А. Седова, А. Д. Ковалева; под ред. М. С. Ковалевой. – Москва: Аспект-Пресс, 1997. – 270 с.
8. Смолик, А. И. Субкультурные молодежные формирования XXI века: учеб. пособие / А. И. Смолик, Л. К. Кухто, О. А. Гутько. – Минск: РИВШ, 2022. – 196 с.
9. Масленченко, С. В. Субкультура и коммуникация: монография / С. В. Масленченко. – Минск: [б. и.], 2003. – 90 с.
10. Левикова, С. И. Молодежная субкультура: учеб. пособие / С. И. Левикова. – Москва: Гранд, Фаир-пресс, 2004. – 607 с.
11. Щепанская, Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры / Т. Б. Щепанская. – Санкт-Петербург: ОГИ, 2004. – 286 с.
12. Салахутдинов, Р. Г. Социально-культурное творчество как эффективное средство формирования культурной среды / Р. Г. Салахутдинов. – Казань: РИЦ «Школа», 2002. – 216 с.
13. Суртаев, В. Я. Социокультурное творчество молодежи: методология, теория, практика / В. Я. Суртаев. – Санкт-Петербург: СПбГУКИ, 2000. – 208 с.
14. Левикова, С. И. Молодежная культура / С. И. Левикова. – 3-е изд. – Москва: Вуз. кн., 2007. – 360 с.
15. Access of Young People to Culture : final report (2008) / Official website of the European Union. – URL: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/edc2d7e3-b6e6-4802-a157-26f260a7f7a7/language-en> (date of access: 22.02.2022).

Поступила / Received: 20.01.2025

КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ВЫСШИХ ЦЕННОСТЕЙ И ДВИЖУЩИХ СИЛ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ

CULTURE AS A FACTOR IN THE FORMATION OF HIGHER VALUES AND DRIVING FORCES OF YOUTH'S LIFE

А. И. Смолик

*доктор культурологии, профессор,
Белорусский государственный университет культуры и искусств (Минск, Беларусь)*

A. I. Smolik

*Doctor of Culturology, Professor,
Belarusian State University of Culture and Arts (Minsk, Belarus)*

E-mail: kafkult@buk.by

В статье анализируется сущностное содержание понятия «культура» в трактовке ее исследователями западных и восточных цивилизаций. В течение многих столетий данное понятие западными мыслителями применялось в рамках латинской традиции, т. е. в сочетании с чем-то. Интерпретация его сущностного и содержательного значения началась на рубеже XIX–XX вв. Понятие культуры рассматривалось как совокупность высших ценностей и смыслов, артефактов и духовных движущих сил, необходимых молодому поколению в их будущей жизнедеятельности. В восточном гуманитарном знании понятие «культура» встречается в литературных памятниках уже в I в. до н. э. Например, в Китае оно соотносилось с формированием духовного мира подрастающего поколения.

Ключевые слова: культура; интерпретация; значение; молодежь; дискурс; Восток; Запад.

The article analyzes the essential content of the concept of “culture” as interpreted by researchers of Western and Eastern civilizations. For many centuries, this concept has been used by Western thinkers within the framework of the Latin tradition, i.e. in combination with something. The interpretation of its essential and meaningful meaning began at the turn of the nineteenth and twentieth centuries. It was considered as a set of higher values and meanings, artifacts and spiritual driving forces necessary for the younger generation in their future life. In Eastern humanitarian knowledge, the concept of “culture” is found in literary monuments as early as the 1st century BC. For example, in China it correlated with the formation of the spiritual world of the younger generation.

Keywords: culture; interpretation; meaning; youth; discourse; East; West.

Понятия являются основным инструментом теоретического мышления исследователя. Любая теория дисциплины основывается на собственной уникальной понятийной системе. Поэтому правильное понимание основных понятий культурологии является основой для овладения теорией и историей мировой культуры.

В западном гуманитарном дискурсе стало традицией считать, что слово «культура» впервые стали использовать в своих трактатах и письмах поэты и мыслители Древнего Рима. Действительно, данное существительное ими часто употребля-

лось в словосочетаниях, означая улучшение того, с чем сочеталось. Так, римский философ и литератор Марк Порций Катон в своем трактате о земледелии использовал словосочетание «agricultura». В нем он давал советы не только о том, как лучше возделывать почву, но и рассуждал об особом эмоционально-чувственном отношении к возделываемой земле. Оратор Марк Туллий Цицерон употреблял дефиницию «культура» в контексте воздействия на духовные силы человека – «cultura anima». По его мнению, «cultura anima autem philosophia est» – «философия есть культура души», так

как она способна «возделывать» ум, возвышать и просветлять душу человека, устремляя его к истине, добру и свету [1, с. 921].

В русскоязычном дискурсе дефиниция «культура» появляется только в XVIII ст. В словарях она трактовалась как производная форма от глагола «соло» – «пашу» и «почитаю». В «Толковом словаре живого, великорусского языка» В. Даля слово «культура» интерпретировалось как «обработка и уход, возделывание, возделка; образование, умственное и нравственное» [2].

На основе санскрита рассматривал дефиницию «культура» российский просветитель Н. К. Рерих. В нем он выделял несколько «слов – слогов»: «cult» (от лат. cultus) – почитание, поклонение, забота; «и» – бог, божество; «га» – свет, солнце. При этом он имел в виду, что религиозный культ в архаических обществах как способ почитания, возвеличивания богов непременно был связан с определенными действиями: кланяться, креститься, воздевать руки, двигаться по кругу и т. п., пением священных текстов, ритуальным танцем. В языческие времена сформировалась целая жестово-словесная система значений, связанных с чествованием божеств языческого пантеона [3, с. 42].

В переходный период от Средних веков к Новому времени такие мыслители, как Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Т. Мор, Б. Спиноза и др., продолжали давнюю латинскую традицию использования в словосочетаниях дефиниции «культура» чего-то. Например, культура духа, образа жизни, ума, языка и т. п. Под культурой ими понималось содержательное наполнение, вполне адекватно передающееся понятием «культурность». На наш взгляд, термин «культура» в самостоятельном значении впервые употребил итальянский мыслитель Дж. Вико в своем трактате «Основание новой науки об общей природе наций» (1725 г.), в котором он попытался осмыслить сущность культуры и цивилизации. Он утверждал, что развитие человечества представляет собой «постоянную, неизменную и упорядоченную последовательность человеческих и гражданских вещей, заключенных в крепкую цепь ... многочисленных и разнообразных причин и следствий» [4, с. 75]. Немецкий философ И. Г. Гердер обозначил универсальный характер культуры и трактовал историю человеческих сообществ прежде

всего как историю их культуры. Он рассматривал человека как творца и носителя культуры и впервые высказал идею о множественности типов и видов культуры [5, с. 388].

Значительный вклад в определение методологии ценностного постижения культуры внесли такие представители немецкой классической философии, как Г. В. Ф. Гегель, М. Вебер, И. Кант, К. Маркс, Ф. Ницше, Ф. Шеллинг и др. Так, И. Кант полагал, что человек как член социума есть противоречивое единство социализации и индивидуализации. При этом он в результате социальных усилий творит культуру – мир высших ценностей и смыслов как продуктов и духовных движущих сил человеческой деятельности [6].

Во второй половине XIX в. огромное влияние на развитие последующей антропологической линии в западной социально-гуманитарной мысли оказали идеи марксизма о том, что вся история человечества есть эволюция человеческого труда и идеи необходимости социального освобождения человека труда как творца материальных и духовных ценностей. К. Маркс и его последователи выявили негативные аспекты буржуазной культуры, связывая ее с отчуждением родовых сущностных сил человека, их омертвлением в «идолах» этой культуры – государстве, капитале, товаре [7].

Таким образом, изучение интерпретаций дефиниции «культура» в западном дискурсе дает основание полагать, что ее первичные смысловые значения сопряжены с результатами адаптивного творчески преобразовательного отношения человека к природе, обществу и самому себе. Смысловое значение данной дефиниции использовалось в качестве синонимов «воспитанность», «гуманность», «образованность», «просвещение», «разум» и т. п.

Цель статьи: выявить сущностные различия в трактовке понятия «культура» в западной и восточной традициях и показать их влияние на ценностные ориентиры молодежи.

В XX в. предпринимаются многочисленные попытки специального сущностного и содержательного определения понятия «культура». Первая попытка дать сущностную интерпретацию понятия «культура» принадлежит американскому культурологу

Э. Б. Тайлору, который полагал, что культура «слагается в своем целом из знания, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев и некоторых других способностей и привычек, усвоенных человеком как членом общества» [8, с. 36]. В это же время перед мировым научным сообществом остро встает вопрос о необходимости специальной гуманитарной науки, которая бы системно и комплексно изучала множество явлений культуры. Американский философ Дж. Фейблман считал, что «идея науки о культуре не должна рассматриваться как нечто новое и сенсационное. Это просто одна из идей, потребность в которой уже с давних пор становится все более и более очевидной» [9, с. 15]. Идею Фейблмана развил американский антрополог и культуролог Л. Уайт. В своем труде «Наука о культуре» он не только представил морфологию культуры, состоящей из технологической, социальной и духовной сфер, но и обосновал потребность в науке о ней, под названием культурология [10].

В последующие десятилетия культурологами, философами, социологами, этнологами, психологами было сформулировано сотни определений данного понятия в зависимости от аспекта его исследования. В интегрированном гуманитарном знании, которым является теоретическая культурология, дается следующая трактовка дефиниции «культура»: «Культура является продуктом совместной жизнедеятельности людей, системой согласованных процедур и способов их коллективного существования и взаимодействия, обозначений и оценок, социальной консолидации во имя достижения общих целей, упорядоченных правил и социально приемлемых технологий удовлетворения групповых и индивидуальных интересов и потребностей как материальных, так и познавательных и символических» [11, с. 120].

В восточных гуманитарных знаниях слово «культура» зафиксировано в древнейшие времена. Например, в китайском дискурсе слово «культура» (文化 *wenhua*) появилось около 800 г. до н. э. Изучение древнекитайских литературных памятников позволило обнаружить его впервые в «Книге Перемен» (易经 *yijing*) в следующем виде: «Мы смотрим на узоры неба и тем самым осознаем смену времен года. Мы смотрим на узоры общества и понимаем, как про-

цессы трансформации совершаются под небесами» [12]. В представлениях древних китайцев культура в первую очередь была связана с образами движущихся небесных сил, образующих причудливый узор. Этот зримый образ мирового согласия, утверждал великий мудрец Конфуций, подобный «узору» человеческой культуры как образ стилизованный и доставляющий эстетическое наслаждение жизни» [13, с. 206].

Иероглифы 文 и 化 в этот период еще не сформировали слово «культура» и использовались в значении «трансформироваться», «изменяться». В I в. до н. э. ученый Лю Сян синтезировал два иероглифа как одно слово в книге «Садовые анекдоты» (苑), в котором использовал сочетание *wenhua*, чтобы обозначить улучшение качества управления обществом без использования силовых средств. В его трактате данное понятие выступало в качестве противоположного силе и подразумевало образование, ритуал и гармонию. Само слово «культура» состоит из двух иероглифов (文化), из которых первый определяется как «мягкий, несильный; соблюдение этикета и церемоний», а второй – как «внесение изменений или глагол, указывающий на переход к определенному состоянию». В эпоху династии Хань (202 г. до н. э. – 9 г. н. э.) «вэнь» означало графику и узоры с переплетенными линиями, которые распространяются на слова, тексты и литературный талант. «Хуа» означало образование. Таким образом, словом «культура» в древнем Китае обозначалось обучение людей системе ритуалов и музыки, т. е. художественное образование. Известно, что великий китайский мудрец Конфуций (551–479 гг.) большое внимание придавал воспитательной роли искусства. Он считал, что образование необходимо начинать с поэзии, затем развивать его путем совершенствования в нормах поведения и завершать музыкой. По его мнению, распространение соответствующей музыки может оказать глубокое воздействие на изменение нравов, обычаев, привычек народа. В его «Трактате о музыке», или, точнее, «Записках о музыке», – из канонической книги «Лицзи» (III–II вв. до н. э.) имеется следующее высказывание: «Для изменения нравов и обычаев нет ничего прекраснее музыки, для спокойствия правителей и для управления народом нет ничего прекраснее норм поведения» [14, с. 184].

Таким образом, в Древнем Китае термин «культура» соотносился с формированием духовного мира человеческого общества. Тем не менее в основу обозначения духовной культуры, созданной на протяжении тысячелетий этносами Древнего Китая, ученые того времени вкладывали вторичные, а не концептуальные значения.

Для определения обобщенной сущности и содержания культуры китайскими обществоведами использовались три метода: «дихотомия», «метод третей», «метод кварталей». Исходя из дихотомии, культуру подразделяли на две категории, а именно материальную и духовную культуру. На основании «правил третей» в культуре выявлялись три уровня: материальный, институциональный и духовный. Сторонники «метода квадранта» подразделяли культуру на четыре уровня: артефакты, институты, обычаи, идеи и ценности.

Артефактная культура – это материализованная культура, сумма материальной производственной деятельности людей и их продуктов, осязаемая культурная вещь с материальными сущностями. Слой институциональной культуры состоял из различных социальных норм, установленных людьми в социальной практике, включая социальные и экономические системы, системы брака, семейные системы, политические и правовые системы, религиозные объединения, образование, технологии, художественные организации и другие институциональные формы.

Обычаи и привычки представляли собой культурный пласт поведения молодого поколения, который проявлялся в повседневном поведении и имел этнические и региональные особенности. Уровень идеологической ценности складывался из ценностей, эстетических вкусов и способов мышления молодых людей, которые воплощались в искусстве, религии, морали и других формах, составляющих ядро культуры. В повседневной практике слово «культура» употреблялось очень часто, но само его содержание было изменчивым и варьировалось от места к месту.

Мыслителями Индии культура трактовалась как совокупность научных, философских, религиозно-мифологических, эстетических, социологических, правовых и этических знаний и норм, которых при-

держивается большая часть населения, в том числе и индийская молодежь.

Таким образом, значение дефиниции «культура» использовалось в западном и восточном дискурсах для обозначения духовного феномена человеческого общества или суммы всех материальных и нематериальных продуктов, созданных людьми. Широкое понятие «культура» акцентировало внимание на существенном различии между людьми, человеческими обществами и миром природы, на уникальном образе жизни человека, отличном от природы. Образ жизни – это способ существования человеческой жизни, который отражается в практической деятельности человека и включает в основном три типа: 1) практика, ориентированная на мир природы; 2) практика, ориентированная на мир социальный; 3) практика, ориентированная на духовный мир. Образ жизни охватывает очень широкий спектр, поэтому его также можно именовать культурой [11, с. 246].

К настоящему времени существуют сотни определений «культуры» с точки зрения аспектов научных исследований. Определение понятия «культура» учеными разных эпох на Востоке и Западе часто исходило из конкретной дисциплины и конкретного объекта изучения. В таком случае особое внимание уделялось одному или нескольким уровням содержания культуры. Обобщив существующие определения понятия «культура», можно предложить наиболее частые ее различные значения.

Культура – это знание. В повседневном языке культурные знания часто употребляются вместе, и даже людей, обладающих знаниями, нередко называют культурными людьми. Это одно из самых распространенных и узких культурных значений.

Культура есть гуманистическое качество мысли, понятие духа, ценности и т. д., носителем которого является знание. Говорят, что нельзя «иметь знание без культуры», и именно в этом смысле употребляется слово «культура».

Культура – это образ жизни, или модель поведения, молодого поколения, сформированная обычаями, привычками, представлениями и нормами.

Культура – это сумма материальных и духовных богатств, созданных людьми.

Культура – это процесс воздействия и формообразования духовной цивилизации общества, т. е. процесс воспитания молодежи духовной силой.

Помимо вышеприведенных определений, культура имеет и другие выражения, например, в археологии под культурой понимает-

ся «совокупность реликвий одного и того же исторического периода». В философии и антропологии культура также интерпретируется как «совокупность образа жизни нации», «образа мышления, чувств и убеждений», «стандартизированной когнитивной ориентации на повторяющиеся проблемы» и др.

Список использованных источников

1. Цицерон (Cicero) Марк Тулий (106–43 гг. до н. э.) // Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия / глав. науч. ред. и сост. С. Ю. Солодовников. – Минск: МФЦП, 2002. – 1008 с.
2. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – 2-е изд. – Москва: Рус. Яз. – Медиа, 2005. – Т. 4. – 203 с.
3. Рерих, Н. К. Культура и цивилизация / Н. К. Рерих. – Москва: Междунар. Центр Рерихов, 1997. – 200 с.
4. Вико, Дж. Основание новой науки об общей природе наций / Дж. Вико. – Ленинград, 1940.
5. Гердер, И. Г. Идеи к философии истории человечества / И. Г. Гердер; пер. с нем. А. В. Михайлова; отв. ред. А. В. Гулыга. – Москва, 1990.
6. Кант, И. Сочинения: в 6 т. / И. Кант. – Москва: Мысль, 1966. – Т. 4. – 743 с.
7. Маркс, К. Введение (из экономических рукописей 1857–1858 годов) / К. Маркс // Сочинения: в 50 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – Москва: Госполитиздат, 1958. – Т. 12. – С. 709–738.
8. Тайлор, Э. Первобытная культура / Э. Тайлор. – Москва: Политиздат, 1989. – 572 с.
9. Фейблман, Дж. Концепция науки о культуре / Дж. Фейблман // Антология исследования культуры. – Т. 1. Интерпретация культуры. – Санкт-Петербург: Университетская книга, 1997. – С. 151.
10. White, L. The Science of Culture. A Study of Man and Civilization / L. White. – New York, 1949.
11. Флиер, А. Я. Образ жизни / А. Я. Флиер // Культурология для культурологов: учебное пособие для магистрантов и аспирантов, докторантов и соискателей, а также преподавателей культурологии. – Москва: Академический проспект, 2000. – С. 245–247.
12. Хе, Синь. Книга Перемен / Хе Синь. – Пекин: Технический ун-т, 2007. – 316 с.
13. Конфуций. Луньей. Суждения и беседы / Конфуций. – Москва: Феникс, 2005. – 560 с.
14. Музыкальная эстетика стран Востока. – Москва: Изд-во «Музыка», 1967. – 414 с.

Поступила / Received: 20.01.2025

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ТРАДИЦИОННОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ КИТАЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

CURRENT STATE AND PROBLEMS OF POPULARIZATION OF CHINA'S TRADITIONAL MUSICAL CULTURE IN YOUTH ENVIRONMENT

Янь Пэнфэй

аспирант, Белорусский государственный университет (Минск, Беларусь)

Yan Penfei

Postgraduate Student, Belarusian State University (Minsk, Belarus)

E-mail: y307006988@gmail.com

В статье рассматриваются современные подходы к продвижению традиционной музыкальной культуры в Китае. В работе подчеркивается, что в настоящее время правительство КНР реализует масштабные меры по охране музыкального наследия. Эти действия способствуют экономическому и социальному развитию страны, сохранению ее культурного богатства. В исследовании рассматриваются методы популяризации традиционной музыки среди молодежи как важного условия личностного роста молодых людей, развития толерантности и укрепления международных культурных связей, а также анализируются проблемы, с которыми сталкивается традиционная музыка в молодежной среде. Особое значение придается наследованию традиционного искусства в условиях глобализации. Его целью является не только укрепление национального духа и защита культурной самобытности китайского народа, но и поддержка высокого культурного статуса страны в мире.

Ключевые слова: нематериальное культурное наследие; традиционная музыка Китая; популяризация традиционной культуры в молодежной среде.

The article examines contemporary approaches to promoting traditional musical culture in China. It emphasizes that the Chinese government is currently implementing large-scale measures to preserve its musical heritage. These actions contribute to the country's economic and social development and the preservation of its cultural wealth. The study explores methods of popularizing traditional music among young people as an essential condition for their personal growth, fostering tolerance, and strengthening international cultural connections. It also analyzes the challenges that traditional music faces within youth circles. Special importance is placed on the inheritance of traditional art in the context of globalization, aiming not only to reinforce national spirit and protect the cultural identity of the Chinese people but also to uphold the country's high cultural status in the world.

Keywords: intangible cultural heritage; traditional music of China; popularization of traditional culture among young people.

Научные труды, посвященные современному состоянию и проблемам популяризации традиционной музыкальной культуры в Китае, охватывают различные аспекты, начиная от исторического анализа до адаптации традиционных форм к семантике современного искусства. Исследования китайских ученых в основном касаются следующих тем:

1. Историко-культурный анализ традиционной музыки. Ван Юйхэ в своей монографии [1] описывает процессы сохра-

нения и трансформации традиционной музыки в начале XX в. Культурным и философским аспектам развития народной оперы и народных песен посвящены работы Сунь Лу [2] и Чан Лиин [3].

2. Сравнительный анализ музыки. Исследованию взаимодействия между китайской и западной традициями, уникальности китайской музыки и её адаптации к современным условиям посвящена работа Гуань Цзяньхуа [4]. Основная тема работы Гу Цзунчжи – сравнение культурного фона

восприятия музыки в китайской и западной культурах [5].

3. Влияние конфуцианства на стили традиционной музыки, а также на ладовые особенности современной музыки анализирует в своей диссертации Пэн Чэн [6]. Дай Юй акцентирует внимание на роли философских учений буддизма и даосизма в развитии музыки «периода открытости» [7].

4. Влияние глобализации и цифровизации на традиционные музыкальные практики, проблемы сохранения и трансформации музыкального наследия в условиях унификации культуры стали основными темами исследований Ч. Дунсян [8] и Х. Донга [9].

5. Музыкальная антропология и социокультурный контекст. Данное направление поддерживается исследователями Сю Хайлинь [10] и Фэй Шиксуном [11], изучающими взаимодействие социокультурного фона, музыкальных традиций и национальных особенностей восприятия музыки. В своих работах они подчеркивают важность кросс-культурного обмена и культурного диалога для сохранения музыкального наследия Китая. Психологии музыкальной культуры, играющей важную роль в формировании отличительных черт китайской музыки, посвящена работа Сунь Синцунь [12].

6. Среди исследований, посвященных культурным особенностям регионов Китая, выделяется работа Фэй Шиксуна, характеризующая основные направления развития музыкальных традиций в Китае и их связь с локальными культурно-психологическими чертами [11].

Заслуживает внимания труд российского исследователя О. В. Полуэктовой о дворцовой музыке эпохи Тан. Автор рассматривает ладовые, ритмические и композиционные особенности этой музыки и проводит культурологическую интерпретацию полученных данных [13]. Т. Б. Будаева изучает музыку Пекинской оперы: характерные инструменты, специфику музыкальной терминологии и фиксации нотного текста в этом жанре [14]. Н. Б. Старостина [15] и Ю. П. Медведева [16] полагают, что китайская музыкальная традиция сформировалась под влиянием богатого фольклорного наследия, которое и определило самобытность музыки Китая. Согласно ис-

следованию П. И. Буцыка, [17] воздействие западной культуры значительно изменило методы передачи музыкального наследия в Китае, что привело к кризису в сохранении культурных традиций в их изначальном виде. Автор обеспокоен неспособностью традиционной музыки адаптироваться к современным методам исполнения и подчеркивает важность охраны культурного наследия Китая в условиях культурной глобализации.

В совокупности все представленные работы характеризуют современное состояние традиционной музыки в Китае и основные проблемы её популяризации, определяют актуальные направления развития в контексте глобальных культурных изменений: трансляция музыкального наследия новым поколениям; освоение современной музыки в рамках китайской традиции; содействие мультикультурному диалогу. С точки зрения автора статьи, интерес молодежи к культурному наследию является ключевым фактором его сохранения и развития. Молодое поколение задает будущие культурные ориентиры. Без его активного участия традиции рискуют быть забытыми, что в перспективе способно привести к утрате уникальных черт народной музыки. Молодежь открыта для экспериментов, что позволяет сочетать традицию с современными жанрами и открывает перспективу зарождения новых форм искусства, более привлекательных для широкой аудитории. В рамках данной публикации автор выявляет ряд факторов, свидетельствующих о важности интеграции традиционной музыки в жизнь современного общества и ее влиянии на эстетические предпочтения будущих поколений.

Цель статьи: показать влияние традиционной музыки на сознание современного китайца, раскрыть проблемы популяризации традиционной китайской музыки среди молодежи и предложить стратегии её адаптации к современным культурным реалиям.

Традиционная музыка Китая отличается уникальными исполнительскими характеристиками, способами записи и распространения, тесно связана с традиционной культурой и религиозной философией [17, с. 34]. Претерпев длительный процесс эволюции и сохранив свое оригинальное звучание, китайская народная музы-

ка в условиях глобализации столкнулась с угрозой утраты своей эстетической ценности, острой необходимости системной государственной поддержки сохранения и трансляции будущим поколениям самобытной музыкальной культуры. Процесс охраны традиционной музыки в Китае был запущен в 1980 г., когда было создано «Объединенное редакционное бюро» для распространения знаний в области теории традиционной музыки и вышел «План систематизации национального музыкального наследия Китая» [18]. Всего через год, в 1981 г., вышел первый сборник тибетских песен Лай – культурного символа тибетского этноса [19]. В 2001 г. традиционная музыка Китая впервые получила признание на международном уровне: ООН включила оперу Куньцзюй в «Список шедевров устного и нематериального наследия» [20]. За 10 лет в этот список вошли еще 7 объектов. Последней в 2010 г. в список шедевров добавилась Пекинская опера, считающаяся национальным сокровищем китайского народа [21]. На современном этапе Китай имеет 9 музыкальных жанров, зарегистрированных в «Мировом списке нематериального культурного наследия» ЮНЕСКО. Народная музыка была включена в программу обязательств Китая в рамках международной «Конвенции об охране нематериального культурного наследия» [22, с. 77]. В «Национальном списке нематериального культурного наследия» народная музыка заняла третье место среди 10 категорий. В Китае действует четырехуровневая система учета нематериального культурного наследия (национальный, провинциальный, муниципальный и уездный уровни), включающая более 100 тысяч объектов.

Несмотря на государственные меры по защите традиционной музыки, она сталкивается с серьезными проблемами на современном этапе.

1. Одной из основных проблем является низкое признание народной музыки среди молодежи: 62 % молодых людей выбирают поп-музыку, 26 % – западную классическую и лишь 12 % – традиционную музыку. Популярность западных инструментов также значительно выше, чем народных: 91,7 % студентов обучаются игре на западных инструментах и только 8,3 % игре на китайских этнических инструментах.

2. Возможности продвижения народной инструментальной музыки в современных медиа ограничены. На популярных музыкальных станциях только 11,3 % эфирного времени отводится народной музыке, популярная музыка занимает 57,7 %. Аудиовизуальные записи традиционной музыки выпускают только зарубежные компании: гонконгская Хьюго и тайваньская Фэнчао.

3. Обучение традиционной музыке в основном сосредоточено в музыкальных колледжах, а систематического обучения для широких масс практически нет. Новые произведения народной инструментальной музыки исполняются в основном профессионалами и недоступны широкой аудитории. Например, концерты канадского композитора и дирижера Гуань Найчжуна, активно развивающего китайскую народную музыку (концерт для флейты «Мечты бабочки», концерт для гучжэна и фортепиано «Тайцзи», концерт для пипа «Летающее небо»), почти неизвестны китайским слушателям.

4. Народная музыка обладает обширными репертуарными ресурсами. В конце династии Цин существовало более 150 сборников нот для циня (свыше трех тысяч мелодий), однако сегодня можно услышать лишь немногие из этих произведений. Работа по сбору и аранжировке народной музыки в конце 1970-х гг. позволила сохранить множество древних мелодий, но этот богатый репертуар не соответствовал современным эстетическим вкусам, что привело к снижению интереса молодежи к народной инструментальной музыке [23].

5. С развитием глобализации значительно возросло влияние западной поп-культуры. Многие молодые исполнители стали воспринимать традиционную музыку как устаревшую. Этот процесс усугубляется подражанием западным исполнителям и игнорированием уникальных тембровых особенностей китайских инструментов.

6. Многие молодые музыканты не понимают особенностей народной музыки, считают ее звучание непривлекательным. Это свидетельствует о проблемах в преподавании музыки: основное внимание уделяется технике исполнения и музыкальным формам, в то время как культурные и исторические контексты остаются вне поля зрения, что не способствует появлению интереса к народной музыке [24].

Следует отметить и положительные тенденции в продвижении традиционной музыки. Несмотря на то, что китайская народная музыка испытывает спад популярности на внутреннем рынке, она активно завоевывает признание за пределами страны. Китайские музыкальные коллективы выступают на известных зарубежных сценах, таких как Сиднейский оперный театр, концертный зал в Мангейме, Викторианский зал в Женеве.

В условиях доминирования массовых развлечений, таких как кино, телевидение и интернет, китайская народная музыка ищет инновационные способы применения. Одной из заметных тенденций стало создание этнических саундтреков для фильмов, телевизионных шоу и онлайн-игр. Молодые исполнители (Фэн Сяоюань, Цзэн Гэгэ, Тань Дунь, ансамбль «Двенадцать женских музыкальных коллективов») сочетают традиционные элементы с современными музыкальными и мультимедийными технологиями, используют новые техники исполнения музыки на народных инструментах, внедряют уникальные аранжировки и оркестровки, а также элементы джаза и рока. Такой подход создает интересные аудиовизуальные эффекты и современный стиль исполнения, привлекательный для молодых людей [25]. Интеграция традиционной музыки в жизнь современного общества играет важную роль в формировании будущих поколений:

1. Знакомство с традиционной музыкой помогает молодым людям ценить культурные достижения предков и развивать свое национальное самосознание.

2. Традиционная музыка Китая отражает философские и эстетические принципы древних учений: конфуцианства, даосизма и буддизма. Интерес к этим учениям позволит молодому поколению китайцев глубоко понимать культурные корни своей нации, сохранять национальную идентичность, что особенно важно в условиях глобализации, ведущей к унификации культуры.

3. Включение традиционной музыки в образовательные и культурные программы для молодежи способствует толерант-

ности и межкультурному диалогу в многонациональном обществе.

4. Сочетание традиционной музыки и современных жанров, использование медийных платформ, социальных сетей и стриминговых сервисов делают народную музыку более динамичной и актуальной для молодежи, создают живую связь между традициями и современностью.

5. Занятия такой сложной и многогранной музыкой, как традиционная китайская, способствуют интеллектуальному развитию и креативности мышления, положительно влияют на академические достижения и социальные навыки молодых людей.

6. Популяризация традиционной китайской музыки за рубежом повышает международный авторитет Китая, укрепляет культурные связи и взаимопонимание между народами. Молодежь, знакомая с богатым музыкальным наследием своей страны, способна достойно представлять свою культуру на мировой арене.

Проведенное исследование показывает, что на современном этапе Китай активно реализует масштабные меры по защите своего музыкального наследия, включая систему каталогизации, поддержку государства, сотрудничество с ЮНЕСКО. Эти действия отражают стратегический подход к проблеме, способствуют не только сохранению и продвижению культурного богатства страны, но и ее экономическому и социальному развитию.

Популяризация традиционной музыки среди молодежи играет ведущую роль в этом процессе. Она важна не только для сохранения культурного наследия, но также и для формирования культурной идентичности и развития толерантности в условиях глобализации. Вовлечение молодежи в изучение и практику традиционной музыки способствует ее личностному росту, укреплению международных культурных связей, обеспечивая более глубокое взаимопонимание между народами мира. Популяризация традиционной музыки среди молодежи должна стать важной частью государственной культурной политики.

Список использованных источников

1. Ван, Юйхэ. Китайская современная музыкальная история (1901–1949) / Юйхэ Ван. – Пекин: Народная музыка, 2006. – 237 с.
2. Сунь, Лу. Китайская народная опера: к проблеме становления и развития жанра: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Лу Сунь. – Нижний Новгород, 2016. – 210 с.
3. Чан, Лиин. Народная песня как феномен китайской культуры: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Лиин Чан. – Санкт-Петербург, 2007. – 159 с.
4. Гуань, Цзяньхуа. Сравнение китайской и западной музыки и ее культурного наследия / Цзяньхуа Гуань // Музыкальные исследования. – 1985. – № 4.
5. Гу, Цзунчжи. Три темы построения национальной музыкальной культуры. Обсуждение с товарищем Цзян Имином / Цзунчжи Гу // Музыкальные исследования. – 1982. – № 4.
6. Пэн, Чэн. Ладовая система китайской музыки и её претворение в творчестве композиторов XX века: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Чэн Пэн. – Нижний Новгород, 2011. – 301 с.
7. Дай Юй. Элементы традиционной культуры в Новой китайской музыке «периода открытости»: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Юй Дай. – Нижний Новгород, 2017. – 238 с.
8. Дунсян, Ч. Возникновение хорового искусства Китая в историческом контексте / Ч. Дунсян // Бизнес. Образование. Право. – 2022. – № 4(61). – С. 350–357.
9. Dong, X. National music and national culture / X. Dong // Journal of Xinghai Conservatory of Music. – 2015. – № 1. – P. 1–4.
10. Сю, Хайлинь. Культурно-психологический анализ первобытной музыки и танца / Хайлинь Сю // Китайская музыка. – 1987. – № 5.
11. Фэй, Шиксун. Национальная музыка и культурный поток / Шиксун Фэй // Народная музыка. – 1988. – № 1.
12. Сунь, Синцюнь. Музыкальный стиль и традиционная культура / Синцюнь Сунь // Народная музыка. – 1988. – № 12.
13. Полуэктова, О. В. Китайская дворцовая музыка эпохи Тан из японских источников: структурно-аналитический аспект: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Полуэктова Ольга Викторовна. – Новосибирск, 1999. – 194 с.
14. Будаева, Т. Б. Музыка традиционного китайского театра цзинцзюй: Пекинская опера: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.02 / Будаева Туяна Баторовна. – Москва, 2011. – 253 с.
15. Старостина, Н. Б. О стилистических особенностях фуцзяньского музыкального жанра наньинь / Н. Б. Старостина // Вестник культурологии. – 2021. – № 2(97). – С. 105–114.
16. Медведева, Ю. П. Опера с «китайским акцентом»: о жанровой специфике сицзюй / Ю. П. Медведева. – Нижний Новгород: Музыка в диалоге культур и цивилизаций, 2016. – Т. 1. – С. 401–408.
17. Буцык, П. И. Введение в изучение тибетских традиционных музыкально-теоретических сочинений (XI–XIX вв.) / П. И. Буцык // Oriental Studies. – 2016. – № 9(3). – С. 29–39.
18. Лю, Дэвэй. В Пекине было создано первое в моей стране научно-исследовательское учреждение национального уровня в области этнической музыки и культуры / Дэвэй Лю. – URL: http://www.caacsm.org.cn/mkwy/whxx/content_12260 (дата обращения: 24.04.2024).
19. Ли, Сун. Защита культуры находится в одной линии – проект по сбору литературы и искусства и защита нематериального культурного наследия / Сун Ли. – URL: <https://www.ihchina.cn/art/detail/id/22946.html> (дата обращения: 24.04.2024).
20. Ortiz, S. L. The UNESCO convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage: a critical analysis / S. L. Ortiz, C. J. Madariaga // International Journal of Cultural Policy. – 2022. – № 28(3). – P. 327–341.
21. Элементы списков нематериального культурного наследия. – URL: <https://ich.unesco.org/en/state/china-CN?info=elements-on-the-lists> (дата обращения: 23.04.2024).
22. Сун, Цзюньхуа. Охрана нематериального культурного наследия в Китае / Цзюньхуа Сун. – Пекин: Социальные и культурные науки, 2020. – С. 77–78.
23. Дин, Ян. Исследование и анализ состояния выживания китайской народной инструментальной музыки / Ян Дин. – URL: <https://www.huain.com/article/other/2023/0213/1644.html> (дата обращения: 03.08.2024).
24. Дуань, Цяошэн. Анализ развития китайской традиционной музыки в новом веке / Цяошэн Дуань, Жуйлин Ми. – URL: <http://www.oxiang.com/music/20170807/64186.html> (дата обращения: 03.08.2024).

25. Чэн, И. Опрос и размышления об отношении молодежи к китайской традиционной культуре / И Чэн. – URL: https://www.gzasc.edu.cn/skb/practicegarden0439/info_itemid_1817_subjectid_14.html (дата обращения: 03.08.2024).

Поступила / Received: 27.12.2024

ИСТОРИЯ (ЭТНОГРАФИЯ, ЭТНОЛОГИЯ, АНТРОПОЛОГИЯ)

УДК 392-053.81(476-22)

ТРАДЫЦЫЙНЫЯ ФОРМЫ ЗНОСІН МОЛАДЗІ Ў ВЯСКОВАЙ СУПОЛЬНАСЦІ: ПА МАТЭРЫЯЛАХ ПАЛЯВЫХ ЭТНАГРАФІЧНЫХ ДАСЛЕДАВАННЯЎ

TRADITIONAL FORMS OF YOUTH COMMUNICATION IN A RURAL COMMUNITY: BASED ON ETHNOGRAPHIC FIELDWORK DATA

Т. І. Кухаронак

вядучы навуковы супрацоўнік аддзела нарадазнаўства
Цэнтра даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры НАН Беларусі,
кандыдат гістарычных навук, дацэнт (Мінск, Беларусь)

T. I. Kukharonak

Senior Researcher, PhD of Historical Sciences, Assistant Professor,
Center for Research of Belarusian Culture, Language and Literature
of the National Academy of Sciences of Belarus (Minsk, Belarus)

E-mail: tanjakuharonak@yandex.ru

У артыкуле на аснове друкаваных і палявых экспедыцыйных матэрыялаў даследаваны традыцыйныя формы правядзення вольнага часу беларускай вясковай моладзі, танцавальны этыкет, звычаёвыя нормы паводзін, датычныя да святочных і працоўных вячораў у лакальнай вясковай супольнасці 50–60-х гг. XX ст. Паказана, якім чынам сям'я і грамадства пры дапамозе культурных і рытуальных практык, найперш вячораў, аказвала ўздзеянне на моладзь для засваення ёю жыццёвых нормаў і каштоўнасцей. Выяўлены адметнасці дашлюбных стасункаў з улікам полаўзроставага кампанента. Шырока прадставлены выказванні інфармантаў, носьбітаў беларускіх календарна-абрадавых традыцый, што дазволіла больш поўна з улікам іх суб'ектыўных эмацыянальных ацэнак і меркаванняў рэканструяваць штодзённыя і святочныя практыкі правядзення традыцыйных вячораў.

Ключавыя словы: традыцыі; звычай; вячоркі; народны этыкет.

Based on printed and field expedition materials, the article examines the traditional forms of spending free time among Belarusian rural youth, dance etiquette, and behavioral norms associated with holidays and work parties in the local rural community of the 50s and 60s of the twentieth century. It shows how the family and society, through cultural and ritual practices, primarily vechorki, influenced young people to assimilate their life norms and values. The features of premarital relations are revealed, taking into account the gender and age component. The statements of informants, bearers of Belarusian calendar and ritual traditions, are widely presented, which made it possible to reconstruct the daily and festive practices of traditional gatherings more fully, taking into account their subjective emotional assessments and judgments.

Key words: traditions; custom; vechorki; national etiquette.

Сацыялізацыя і сталенне асобы адбывалася ў традыцыйным грамадстве ў межах сям'і – вясковай супольнасці. Апрабаваная і ўзаконеная многімі пакаленнямі беларусаў сістэма выхавання і навучання дзяцей, падлеткаў, моладзі забяспечвала перадачу жыццёва неабходных працоўных навыкаў, ведаў аб прыродзе, чалавеку, наваколь-

ным свеце, маральна-этычных прынцыпаў і норм, рыхтавала да стварэння сям'і.

Мэта артыкула – на матэрыялах экспедыцыйных запісаў, сабраных аўтарам у розных раёнах Беларусі, ахаарактарызаваць на прыкладзе працоўных і святочных вячораў традыцыйныя формы зносінаў моладзі ў вясковай супольнасці 50–60-х гг.

XX ст.; выявіць адметнасці дашлюбных стасункаў з улікам полаўзроставага кампанента, звычаёвыя маральна-этычныя нормы, абрады, правілы паводзін на вячорках; даследаваць рэгулятыўную функцыю грамадскай думкі і яе ўздзеянне на паводзінныя стэрэатыпы вясковай моладзі.

Вячоркі як традыцыйная форма правядзення вольнага часу беларускай вясковай моладзі разглядаліся беларускімі этнографамі і фалькларыстамі пераважна ў кантэксце прац, прысвечаных сялянскай сям’і. У XIX – пач. XX ст. даследчыкі М. В. Доўнар-Запольскі, А. Г. Кіркор, Ю. Ф. Крачкоўскі, М. Я. Нікіфароўскі падрабязна апісвалі абрады і звычаі беларусаў, у тым ліку і тыя, у якіх моладзь займала галоўнае месца. Асобныя аспекты па дадзенай тэматыцы былі закрануты ў працах беларускіх савецкіх этнографаў у пасляваенны перыяд (А. І. Залескі [1, с. 122–140], М. Я. Грынблат [2, с. 67–80], Л. М. Малчанава, дзе былі ахарактарызаваны формы баўлення моладдзю вольнага часу, змены ў шлюбных устаноўках. Цікавасць уяўляе артыкул М. Н. Карбалевіч [3, с. 243–248], у якім сістэматызаваны матэрыялы дарэвалюцыйных даследчыкаў па дадзеным аспекце традыцыйнай культуры беларусаў. Сярод пазнейшых прац пра вячоркі варта адзначыць публікацыі І. Ю. Смірновай [4] у калектывных выданнях серыі “Традыцыйная мастацкая культура беларусаў” (2001–2013), у якіх формы баўлення вольнага часу моладзі разглядаюцца ёю з улікам рэгіянальнай спецыфікі. Цікавыя звесткі ўтрымліваюцца ў артыкулах А. Б. Захарэвіч, якая вывучала дадзеную тэму на Падзвінні [5, с. 63–64], і А. А. Гугнюк, якая збірала матэрыял на Заходнім Палессі [6, с. 191–193].

У традыцыйнай культуры беларусаў адметнай з’явай грамадскага побыту сялянскай моладзі шлюбнага ўзросту былі вячоркі, сезонная форма правядзення вольнага часу і арганізацыі працы ў асенне-зімовы перыяд у закрытым памяшканні. Вячоркі рэгламентаваліся ўстойлівымі нормаў паводзін, што рэгуляваліся грамадскай думкай. Права ўдзелу ў вячорках атрымлівалі дзяўчаты і хлопцы, якія дасягнулі шлюбнага ўзросту і былі прынятыя ў адпаведную ўзроставую групу. У беларускай вёсцы, як сведчаць нашы экспедыцыйныя матэрыялы, яшчэ ў 50-я гг. XX ст. вясковае суполь-

насць як грамадскі інстытут і як малая сацыяльная група ажыццяўляла непасрэдны кантроль за выкананнем нормаў паводзін у розных галінах жыцця. Не былі выключэннем і вячоркі, адной з мэтай якіх з’яўлялася стварэнне ўмоў для знаёмства моладзі, выбару пары для ўступлення ў шлюб. Нашы продкі добра разумелі асаблівасці юнацкага ўзросту, калі патрэба зносін з аднагодкамі была найвялікшая, для чаго камунікацыйныя магчымасці давалі традыцыйныя каляндарныя святы, а таксама вячоркі.

Адкрыццё восеньска-зімовых працоўных вячораў найчасцей супадала з пачаткам Піліпаўскага паста ў праваслаўных або адвэнту ў католікаў і сімвалізавала новы перыяд жыцця моладзі. У гэты час на вёсцы спяшаліся завяршыць гаспадарчыя работы, якія былі забаронены ў калядны перыяд. Прадзенне было найбольш значным і працаёмкім жаночым/дзявочым заняткам у восеньска-зімовы паставы час амаль да сярэдзіны XX ст. «У пост пралі і ткалі. Казалі: “Пайду я, мама, на вячоркі”. А ўжо ў пятніцу ня пралі, ужо мы вяжам падузорнічкі, хто матая ручайкі. У нядзелю ня пралі, і ў суботу вечарам ня пралі» (Вольга Міхнавец, 1937 г. н., в. Ананчыцы, Салігорскі раён, Мінская вобл.) [10, л. 13].

На вячоркі збіраліся выключна дзяўчаты ў адной спецыяльна нанятай хаце. Як правіла, такіх месцаў для вячораў у вялікай вёсцы было некалькі – па колькасці ў ёй вуліц ці куткоў. Туды збіраліся асобна дзявочыя гурты рознага узросту, па 8–12 дзяўчат, сябровак ці суседак. Самыя старэйшыя нашы інфарманткі яшчэ ўдзельнічалі ў вясковых вячорках, або попрадках, і ўспамінаюць гэтую сумесную працу з асаблівай цеплынёй як цікавую і карысную [11, с. 45–46]. Дзяўчаты ў сваім населеным пункце выбіралі хату адзінокай жанчыны сталага веку, дзе і збіраліся ўвесь час: у буднія дні пралі, шылі, вязалі, плялі карункі, а ў святы, суботу і нядзелю – адпачывалі. У некаторых рэгіёнах існаваў другі варыянт арганізацыі вячораў: працоўныя сходы дзяўчат адбываліся ў хаце кожнай з сябровак па чарзе, прычым хату змянялі або кожны дзень, або праз два-тры дні, або кожны тыдзень. На працоўных вячорках дзяўчаты рыхтавалі для сябе прыданае ці выконвалі заданні маці. Тут жа ацэньваліся працоўныя ўменні дзяўчат, валоданне імі навыкамі сялянскай працы,

што стымулявала спаборніцкі характар моладзевых сходаў. Таму кожная дзяўчына імкнулася напасці за вечар паболей, каб не было сорамна перад сяброўкамі і бацькамі. Часам некаторыя строгія маці кантралявалі колькасць напрудзенага дачкой за вечар.

Дзяўчаты паміж сабой спаборнічалі: хто прадзе хутчэй і выводзіць танчэйшую нітку; падчас работы спявалі, абменьваліся навінамі, распавядалі разнастайныя гісторыі. Для моладзі гэта быў час, калі можна было пачуць легенды, паданні, казкі, былічкі і проста цікавыя праўдзівыя гісторыі пра жыхароў вёскі – цяперашніх і былых. Набытыя веды і навыкі трывала адкладваліся ў памяці. Такое ўсебаковае працоўнае навучанне і сацыяльнае выхаванне дзяўчынак у калектыве аднавяскоўцаў было сапраўднай школай, фарміравала асобу.

Прыходы хлопцаў на вячоркі былі неад’емнай часткай жыцця моладзі. Шматвекавая практыка правядзення вячорак выпрацавала ўстойлівыя адрозныя нормы паводзін на іх для хлопцаў і дзяўчат. Калі дзяўчаты збіраліся сваёй кампаніяй у выбранай хаце на сваёй вуліцы, то гурты хлопцаў наведвалі хаты, дзе працавалі ці адпачывалі дзяўчаты па ўсёй вёсцы, часам за вечар маглі абыйсці некалькі хат. Хлопцы прыходзілі на вячоркі менавіта адпачываць, пагутарыць, пабыць з дзяўчатамі, бо ўдзень яны былі занятыя мужчынскай работай [11, с. 46–47]. Яны бавілі час у размовах і жартах, прыглядаліся да дзяўчат, да іх умення спрытна працаваць. Спакойныя, цяроплівыя, незлаблыя дзяўчаты карысталіся найбольшай павагай у моладзі. Ні адзін вечар не абыходзіўся без разнастайных жартаў хлопцаў: падпальванне кудзелі, абрыванне ніткі і г. д. *«Мы па дзесяць чалавек збіраліся прасьці, хлопцы папрыходзяць увечары, да так інцярэсна, шчэ паём. Каторы ўхажвае, прыдзя і сядзя каля сваёй. А мы верацяно круцім, круцім. Хлопцы возьмуць да падпаліць эту кудзель каторай, да патушаць, да смяхУ, смяхУ»* (Вольга Міхнавец, 1937 г. н., в. Ананчыцы, Салігорскі раён, Мінская вобл.) [10, л. 10]. Адным з вясёлых жартаў хлопцаў было насыпанне солі ў кудзель, абрыванне нітак, адсяканне вушак у прасніцы: *«Хлопцы жартавалі, як каторая наравіцца, бярэ ножык, адсякае етыя рожкі ў прасніцы,*

а не, возьмуць клубок, ды па ўсёй хаце развядуць. А шчэ пер’я скублі на падушкі, прыдзя: “Фу”, як дзьмухне – тое пер’я па ўсёй хаце разляцелася. Зьбірай тады» (Соф’я Камароўская, 1928 г. н., в. Мікалаеўшчына, Стаўбцоўскі раён, Мінская вобл.) [8, л. 9].

На вячорках можна было праяўляць натуральны ў гэтым узросце інтарэс да процілеглага полу, для чаго ў традыцыйнай культуры беларусаў быў распрацаваны этыкет зносін хлопца і дзяўчыны, якія падобаліся адзін аднаму. Хлопцу дазвалялася сядзець побач з дзяўчынай, размаўляць, жартаваць, правесці яе дахаты і г. д.: *«Хлопцы кудзелю падпальвалі, да дзевак качалі – возьме, да занясе на краваць кіне, там яны паляжаць, пагавораць, хлопец ушчыкне дзеўку. У нас раньша проста шуцяць, смяюцца і ўсе разам разыходзіліся»* (Зінаіда Галавацкая, 1941 г. н., в. Заходняя Морач, Салігорскі раён, Мінская вобл.) [7, л. 12].

Амаль кожны з працоўных вечароў адбываўся ў два этапы: спачатку дзяўчаты працавалі, паступова да іх далучаліся хлопцы, пасля сумесных размоў і песень вечар звычайна заканчваўся некалькімі танцамі, якія ў будні дзень праходзілі вельмі сціпла, без музыкантаў. Мелодыі звычайна наігрывалі на грэбні ці напывалі ўголас. Навучыцца танцаваць імкнуліся з дзяцінства, выкарыстоўваючы любую магчымасць. Не толькі працоўнае, але і музычна-харэаграфічнае майстэрства шмат у чым вызначала стаўленне вясковай супольнасці да хлопцаў і дзяўчат, уплывала на ўладкаванне іх будучага сямейнага жыцця.

У суботу, нядзелю і святочныя дні моладзь, прыбраўшыся, збіралася сваім колам у асобнай хаце, ладзілі гульні і танцы. Вячоркі падчас Каляд з танцамі, гульнямі, песнямі праводзіліся амаль кожны дзень: *«Ой, тады былі багатыя Каляды, хіба ж зраўніш с цяперашнімі Калядамі. За тыдзень да Каляд гатовіліся, наймалі гарманістаў, дагаварваліся і на тры дні прывозілі чалавека, штоб іграў каляду. Гарманісту збіралі плату. Чым было плаціць? – Яйца збіралі, ці раней, мама расказвала, смалякі насілі. Кожны бярэ пад паху пяць-шэсць, і колькі ідзе маладзёжы, столькі кожны нясе. І накідаюць цэлую кучу смалякоў тых. І рабіліся спецыяльна такія каміначкі, і раскладваўся агонь, дым*

ішоў у дымаходзік, і пры етым сьвеце гулялі, танцавалі. І на Каляды, і танцы каждую суботу рабілі» (Нюра Бурэй, 1945 г. н., в. Доўгае, Салігорскі раён, Мінская вобл.) [11, с. 132–133].

У вясковай супольнасці сур'ёзна ставіліся да асаблівасцей кожнай узроставай групы: дзяцей, падлеткаў, моладзі – і рабілі ўсё, каб сталенне чалавека праходзіла ў традыцыйна вызначаных рамках. Як бачна з экспедыцыйных матэрыялаў, у мінулым падлеткі і моладзь утваралі асобна свае неформальныя калектывы, дзе былі адметныя правілы знаходжання ў іх, нормы паводзін, маральныя крытэрыі. На вячоркі збіраліся адпаведна сваёй узроставай групе. Старэйшая моладзь на свае вячоркі маладзейшых дапускала з неахвотай. У традыцыйнай беларускай вёсцы ці нават на адной вуліцы вёскі яшчэ і ў пасляваенны перыяд часам налічвалася два ці болей рознаўзроставыя гурты. «Калядкі – святыя вечары, работаць нельзя. Не было ж ні клубаў, ні цілівізараў, ні радзіваў. Тады сабіраліся ў хаце: у хату чалавек дваццаць наб'еца, лампу вешалі, старэйшыя аддзельна, маладзеж – у другую хату, танцавалі. Маладзёжы было очэнь очэнь многа, хлопцы, дзяўчаты ўсе былі ў дзярэўні, нікуды не ехалі, ніякіх гарадоў. Эта сейчас у дзярэўні пяць-дзесяць чалавек жывець, а тады дзярэўня двароў сто пяцьдзсят, маладзежы многа. На танцы мяне пусцілі, як было гадоў пятнаццаць – шаснаццаць, на вечарінкі стала хадзіць, а то выганялі малалетак этых. Помню аднажды: “Вы, Панкрацьеўна, – на матку – ідзіця дамой, дочка ваша астаецца гуляць”. Ужэ мне разрышылі гуляць, а так – малалеткі дамой, дамой” (Ніна Камарова, 1941 г. н., в. Кісялёва Буда, Клімавіцкі раён, Магілёўская вобл.). “Раньшэ гулялі па хейрах. Вот, к прымеру, наш год атдзельна, другі атдзельна, трэці – атдзельна. Каждая хейра па лайках сядзяць, маладзёж, і паюць, і паюць. На хутары паюць, на сяле – і чутно, чутно. У празьнікі танцы, тожа атдзельна танцавалі» (Надзея Новік, 1929 г. н., в. Паварчыцы, Салігорскі раён, Мінская вобл.) [11, с. 133].

Апранаі святочнае адзенне, якое асабліва вылучалася прыгажосцю ў дзяўчат.

Менавіта калядныя святочныя вечарыны дазвалялі дзяўчатам прадэманстраваць свае лепшыя якасці: умельствы і прыгажосць праз святочныя ўборы, сваё ўменне весяліцца – у танцах, спевах, гульнях. Народны этыкет забараняў на танцах высяляць адносіны, брыдкасловіць, быць п'яным, курыць напярэдадні. Танцавальны этыкет рэгуляваў паводзіны ў час танца: нельга было цалавацца, прыціскацца, дзяўчыне – паказваць аголеныя каленкі, хлопцу – вадзіць рукой па спіне дзяўчыны, апускаць руку ніжэй яе таліі, датыкацца да фартуха дзяўчыны. Дзяўчатам не прынята было адмаўляць хлопцам, якія запрашалі іх на танец. У час танцаў непажадана было размаўляць, хоць, па праўдзе, гэта было і немагчыма рабіць пры хуткіх, энэргічных танцавальных рухах. «Тады ўжо дзеўкі і хлопцы, тыя хадзілі на вечарынкi. А вечарынкi – танцы, нанімаем гарманіста, яму па яйцу с кождага чалавека – плата такая. Гарманіст быў такі ўжо пажылы, жанаты, іграў нам полечку, “Страданіе”, “Падыспанец” танцавалі, кракавяк. Хлопцы абыхіна прыгласалі на танец. Бывае і дзеўкам дадуць прыгласіць, скажуць: “Дамы прыгласаюць” – і мы ідзем хлопцаў выбіраем для танца. Былі ж дзеўкі, што іх мала бралі танцаваць, вот і ім радасць, хоць патанцуе, сама прыгласіць» (Валянціна Тамашова, 1937 г. н., в. Рэчыца, Чэрыкаўскі раён, Магілёўская вобл.) [9, л.7].

Сотні нашых экспедыцыйных запісаў пераконваюць, што танцы былі вялікай радасцю, галоўнай забавай і ўсладай у вясковай моладзі. Асаблівае месца на вячорках належала, безумоўна, традыцыйным танцам, мноства якіх яшчэ ў 1960-я гг. на вёсцы моладзь добра ведала і выконвала. Танец быў сродкам комплекснага фізічнага, эмацыянальнага, эстэтычнага, гендэрнага выхавання, невербальным сродкам камунікацыі паміж маладымі хлопцамі і дзяўчатамі, сродкам мастацкага самапраўлення.

Традыцыйная культура беларусаў можа стаць адным з магутных фактараў выхавання сапраўдных патрыётаў сваёй Радзімы, фізічна і маральна здаровай, гарманічна развітай асобы.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Залескі, А. І. Аб некаторых з'явах у пасляваенным сямейным быце беларускіх калгаснікаў / А. І. Залескі // Беларускі этнаграфічны зборнік / Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору. – Мінск: Выд-ва Акад. навук БССР, 1958. – С. 122–140.
2. Грынблат, М. Я. Новыя з'явы ў быце калгаснай вёскі. Сямейны быт калгаснікаў / М. Я. Грынблат, Л. А. Малчанова // Беларускі этнаграфічны зборнік / Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору. – Мінск: Выд-ва Акад. навук БССР, 1958. – С. 67–80.
3. Карбалевіч, Н. М. Вячоркі ў сістэме ўзаемаадносін беларускай сялянскай моладзі ў традыцыйным грамадстве (2-я палова XIX – пачатак XX ст.) / Н. М. Карбалевіч // Пытанні мастацтвазнаўства, этналогіі і фалькларыстыкі: зборнік артыкулаў / Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Дзяржаўная навуковая ўстанова «Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры», філіял «Інстытут мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя Кандрата Крапівы». – 2021. – Вып. 30. – С. 243–248.
4. Смірнова, І. Ю. Калядныя вячоркі / І. Ю. Смірнова // Традыцыйная мастацкая культура беларусаў: у 6 т. Т. 3. Гродзенскае Панямонне: у 2 кн. Кн.1 / В. І. Басько [і інш.]; ідэя і агульн. рэдагаванне Т. Б. Варфаламеевай. – Мінск: Выш. шк., 2006. – С. 47–53; Смірнова, І. Ю. Піліпаўскія вячоркі / І. Ю. Смірнова // Традыцыйная мастацкая культура беларусаў: у 6 т. Т. 3. Гродзенскае Панямонне. У 2 кн. Кн.1 / В. І. Басько [і інш.]; ідэя і агульн. рэдагаванне Т. Б. Варфаламеевай. – Мінск: Выш. шк., 2006. – С. 244–250 і інш.
5. Захарэвіч, А. Б. Вячоркі як адна з формаў баўлення вольнага часу ў беларускай вёсцы Падзвінны ў 1930–1950-я гг. / А. Б. Захарэвіч // Труды молодых специалистов ПГУ, Гум. науки / ПГУ. – Новополоцк, 2010. – Вып. 41. – С. 63–64.
6. Гугнюк, О. А. К вопросу о названиях досуговых мероприятий сельской молодежи на Брестчине (30–50 гг. XX в.): опыт исследования / О. А. Гугнюк // Первый шаг в науку – 2016: сборник материалов Междунар. форума «Первый шаг в науку – 2016» (4–5 нояб. 2016 г., Минск): в 2 ч. Ч. 1. Секционные заседания студенческой молодежи / Центр молодежных инноваций; Минский городской технопарк. – Минск: Беларуская навука, 2016. – С. 191–193.
7. Архіў Інстытута мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору НАН Беларусі (Архіў ІМЭФ), фонд 6, воп.13, спр. 10, лл. 1–17.
8. Архіў ІМЭФ, фонд 6, воп. 13, спр. 65, лл. 1–23.
9. Архіў ІМЭФ, фонд 6, воп. 14, спр. 198, лл. 1–24.
10. Архіў ІМЭФ, фонд 7, воп. 1, спр. 889, лл. 1–28.
11. Кухаронак, Т. І. Святочны час: Народныя звычаі і павер'і ў аповедах беларусаў / Т. І. Кухаронак; Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры, Інстытут мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя Кандрата Крапівы. – Мінск: Беларуская навука, 2024. – 311 с.

Паступіў / Received: 10.03.2025

АССОЦИАТИВНЫЕ ОБРАЗЫ БЕЛАРУСИ
КАК ЧАСТЬ МЕХАНИЗМА ПЕРЕДАЧИ НАЦИОНАЛЬНЫХ
КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ (ПО МАТЕРИАЛАМ ПОЛЕВЫХ
ЭТНОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ ВИТЕБЩИНЫ 2023–2024 ГГ.)¹

ASSOCIATIVE IMAGES OF BELARUS AS A PART
OF THE MECHANISM OF TRANSFER OF NATIONAL CULTURAL
TRADITIONS TO MODERN STUDENTS OF THE VITEBSK REGION
(BASED ON THE MATERIALS OF ETHNOLOGICAL RESEARCH
IN 2023–2024)

Я. С. Шевченко

кандидат исторических наук,
Центр исследований белорусской
культуры, языка и литературы
НАН Беларуси
(Минск, Беларусь)

А. А. Крумплевская

магистр исторических наук,
Центр исследований белорусской
культуры, языка и литературы
НАН Беларуси
(Минск, Беларусь)

Y. S. Shevchenko

PhD of Historical Sciences,
Center for Research of Belarusian Culture,
Language and Literature
of the National Academy of Sciences
of Belarus (Minsk, Belarus)

A. A. Krumplevskaya

Master of Historical Sciences
Center for Research of Belarusian Culture,
Language and Literature
of the National Academy of Sciences
of Belarus (Minsk, Belarus)

E-mail: yana010891@yandex.ru

E-mail: anna.krumpleuskaja90@gmail.com

Большое значение для формирования представлений молодежи о родной культуре, патриотического сознания в целом имеют эмоциональные представления о родной земле и ряд ассоциативных образов, с ней связанных. В целях уточнения механизма передачи национальных культурных традиций и символов идентичности, связанных с ними, авторами было проведено этнологическое исследование в среде студентов УВО Витебской области. На основе анализа результатов этого исследования осуществлена систематизация ассоциативных образов родной земли. Приводится сравнительная характеристика изменений ассоциативных образов на фоне исследований, проведенных отечественными этнологами ранее.

Ключевые слова: студенческая молодежь Витебской области; ассоциативные образы; передача культурных традиций; этнологические исследования; этническая идентичность.

Emotional ideas about the native land and a number of associative images associated with it are of great importance for the formation of youth ideas about their native culture and patriotic consciousness in general. In order to clarify the elements of the mechanism for transmitting national cultural traditions and symbols of identity associated with them, the authors conducted an ethnological study among students of higher education institutions in the Vitebsk region. Based on the analysis of the results of this study, a systematization of associative images of the native land was carried out. A comparative characteristic of changes in associative images is given against the background of studies conducted by domestic ethnologists earlier.

Keywords: student youth of the Vitebsk region; associative images; transmission of cultural traditions; ethnological research; ethnic identity.

¹ Данная статья подготовлена в рамках проекта БРФФИ Г23-М102 «Влияние культурных традиций белорусов на развитие этнической идентичности современной студенческой молодежи Витебской области» (госрегистрация № 20231101 от 04.07.2023 г.).

Актуальность данной работы определяется необходимостью формирования патриотического сознания молодежи, которое складывается благодаря трансляции традиций родной культуры, формированию эмоциональных представлений о родной земле и ассоциативных образов, с ней связанных.

Изучение проблем трансляции этнических традиций молодежи в Беларуси началось в 1980-х гг. в ходе масштабных этносоциологических исследований, когда под руководством В. К. Бондарчика исследования проводили Л. В. Ракова, В. Н. Беявина, Г. И. Касперович, Т. И. Кухаронак и др. В 2010-х гг. на основе исследования, проведенного этнологами НАН Беларуси под руководством А. Вл. Гурко, была подготовлена коллективная монография «Этнокультурные процессы Белорусского Подвинья (Витебщины) в прошлом и настоящем», которая дает комплексное представление об этнокультурных традициях, этнической истории и этнических процессах, этносоциальной структуре, особенностях материальной (жилище, одежда, традиции питания), социальной (семейно-брачные отношения и обряды, традиции воспитания, общественные объединения) и духовной (этноконфессиональная структура, календарные праздники и обряды) культуры населения Витебщины [3].

В 2010-х – нач. 2020-х гг. в ходе выполнения ряда проектов БРФФИ изучение процессов трансляции идентичности, роль средств массовой информации в формировании образов родной земли, типологизацию этих образов на основе опросов молодежи провел этнолог А. Викт. Гурко [1]. В статье «СМИ как фактор формирования национальной и этнической идентичности белорусской молодежи в 2000–2020 гг. на белорусско-польско-литовском пограничье» этнолог впервые проанализировал влияние средств массовой информации как фактора, влияющего на складывание идентичности молодого поколения пограничья. В статье «К вопросу о некоторых закономерностях в формировании идентичности и жизненных стратегий молодежи Гродненской области» им впервые была освещена проблематика выявления закономерностей в формировании идентичности молодежи Гродненщины с точки зрения современной этнологической науки [2].

Также механизм трансляции традиций и социокультурного опыта являлся предметом исследований культурологов, к примеру, А. В. Кусовской, которая также отметила недостаточную освещенность данной проблематики в отечественной историографии [4]. Анализ научных работ и исследований показал, что вопросы трансляции социокультурного опыта студенческой молодежи лишь частично затрагивались в отечественной и зарубежной культурологии. Предмет исследования представляет интерес и для белорусских социологов (И. Н. Харитонов), педагогов (А. М. Тарантей). Вместе с тем актуальной остается проблема изучения передачи культурных традиций молодому поколению студенческой молодежи в регионах как наиболее активной социальной группы именно с точки зрения этнологической науки.

Целью статьи является определение ассоциативных образов Беларуси как части механизма передачи национальных культурных традиций.

Перед исследованием поставлена задача анализа и систематизация материалов проведенных нами этнологических опросов студенческой молодежи Витебщины, проведенных в 2023–2024 гг.

Своеобразие Витебской области как исследуемого нами приграничного региона обусловлено природно-географическими условиями, социально-экономическими отношениями, геополитическим расположением (на границе с тремя государствами: Россией, Литвой и Латвией). На таких территориях, как правило, наиболее активно протекают процессы взаимопроникновения и взаимовлияния различных культурных традиций, что оказывает непосредственное влияние на трансляцию национальных культурных традиций студенческой молодежи Витебщины.

В рамках этнологического исследования по изучению влияния культурных традиций белорусов на студенческую молодежь Витебщины нами проводился сбор полевого материала в 2023–2024 гг. на базе Полоцкого государственного университета имени Евфросинии Полоцкой и Витебского государственного университета имени П. М. Машерова. Всего был опрошен 281 студент, из них 131 – в г. Полоцке, 150 – в г. Витебске [5; 6].

Половозрастная структура опрошенных студентов представлена следующим образом: 68 % составляют девушки (192 человека); 32 % – юноши (89 человек). Возраст опрошенных колеблется от 17 до 22 лет, большая часть информантов находится в диапазоне от 17 до 20 лет. Отметим также, что в большинстве случаев именно женщины являются носителями культурных традиций.

Подавляющее большинство опрошенных студентов (более 95 %) на момент опроса проживают в городах Витебской области – Полоцке, Новополоцке, Витебске. Большая часть респондентов родилась в Витебской области (80 %), 9 % – в Минской, 4 % – в Гомельской, 2 % – в Могилевской, 1 % – в Гродненской и Брестской областях. Незначительное количество студентов из числа опрошенных родились за пределами республики: 2 % – в Российской Федерации, 1 % – в Латвии [5; 6]. Таким образом, подавляющее большинство опрошенных информантов являются уроженцами Витебщины, что является важным условием для проведения объективного этнологического исследования.

По этнической принадлежности классификация информантов представлена следующим образом: большую часть опрошенных составили белорусы – к ним себя отнесли 91 % респондентов; 6 % – русские; 1 % – евреи; немногочисленную группу в числе студентов представляют поляки, украинцы, лица с двойной этнической идентичностью (белорус/русский), а также те, кто не отождествляет себя с какой-либо конкретной национальностью или же не считает вопрос этнической принадлежности принципиальным – по 0,4 %. Большинство респондентов родились в семьях, где оба родителя являются белорусами – 83 %, русскими – 2 %, поляками, латышами – по 0,4 %. Из общего числа опрошенных 15 % студентов родились в смешанных семьях, где отец или мать принадлежат к иным этническим общностям (русским, украинцам, полякам, евреям, латышам и т. д.) [5; 6]. Таким образом, преобладающее число опрошенных информантов являются этническими белорусами и относят себя к титульному этносу – и по происхождению, и с учетом самоидентификации.

Ассоциативный образ, или контекст, является первичным значением для символа,

согласно законам семиотики. В рамках социальной коммуникации символ приобретает свои черты тогда, когда коллективное сознание людей совпадает в общей оценке определенной ситуации, явления (контекста). Наличие ассоциативных образов является важным фактором коммуникации внутри общества. И, по мнению исследователя А. Я. Флиера, именно в ходе социального общения и взаимодействия возникают эти символы, стимулирующие участников коммуникации перенимать образцы социального поведения и корректировать культурные установки [7]. Как отмечает этнолог А. В. Гурко, этнический образ (символ) всегда сопряжен с эмоциональным восприятием, вызывая мгновенную эмоциональную реакцию и, объединяя различные планы реальности в единое целое, создает собственную многослойную структуру. В нашем исследовании ассоциативные образы о Беларуси определяются как значимые элементы социальной коммуникации в среде студенческой молодежи Витебщины, что подтверждается материалами полевых исследований, приведенных ниже.

На вопрос «Какие традиции, обычаи, образы ассоциируются у вас с родным домом, землей?» были получены следующие ответы информантов: традиционные календарные праздники белорусов – Масленица, Купалье, Коляды (28 %); образы природы – поле, лес, реки, озёра, васильки, аист, зубр (23 %); религиозные праздники – Рождество, Пасха, Радуница, Дзяды (18 %); государственные (светские) праздники – Новый год, День Независимости, День Победы (17 %); элементы историко-культурного наследия белорусов – национальный костюм, орнамент, вышиванка, рушники, фольклор, белорусская литература (16 %); блюда национальной кухни – драники, цеппелины, блины (13 %); семейные традиции – (10 %); черты белорусского менталитета – доброта, дружелюбие, душевность, гостеприимство, человеколюбие, трудолюбие (4 %); государственные символы – герб, флаг, гимн (3 %); образы выдающихся личностей в истории Беларуси – Франциска Скорины, Янки Купалы, Якуба Коласа (0,4 %). Лишь 3 % из числа опрошенных оставили данный вопрос без ответа [5; 6]. Отметим, что по сравнению с результатами исследований, проведенных этнологами в 2013 г., когда

без ответа оставили данный вопрос около половины респондентов, у современной молодежи наблюдается значительный рост присутствия ассоциативных образов о родной земле, являющихся частью механизма трансляции культурных традиций. Также в результатах предыдущих исследований в ответах информантов не фигурировали образы вышеупомянутых литературных деятелей, а только образы великих князей литовских [2, с. 382]. Данное явление может быть связано с широкой популяризацией образов Беларуси через средства массовой информации.

Традиционные календарные праздники являются наиболее распространенными по упоминанию среди студенческой молодежи ассоциативными образами, репрезентирующими их представления о Беларуси. Масленица, Купалье и Коляды, представляющие собой кульминационные точки весеннего, летнего и зимнего циклов календарной обрядности белорусов, являются также важной частью культурного кода населения. Коллективный опыт совместного празднования объединяет несколько семей, и благодаря его трансляции из поколения в поколение, отражается в менталитете молодежи в виде значимых образов. Отметим, что образы календарных праздников по-прежнему являются лидирующей категорией ассоциативных образов Беларуси, как и 10 лет назад [2, с. 382].

Природные образы также выступают объединяющим элементом в процессе социальной коммуникации молодежи, поскольку отражают коллективные представления о природных богатствах Беларуси. Классификация природных образов, сделанная А. В. Гурко, была нами систематизирована [2, с. 382]. Среди популярных образов выделяются ландшафтные образы – лес, поле, луг; образы водных объектов – реки, озера, болото; растительные – лен, картофель, васильки, пшеница, березы, ель; купальские венки; животные – аист, зубр, коровы, кот, рысь [5; 6].

Религиозные праздники, а также и светские (государственные) широко представлены среди ассоциативных образов о родной земле студентов Витебщины, что свидетельствует о большом значении духовных и нравственных ценностей молодого населения. По результатам опросов, наиболее популярными религи-

озными праздниками, которые отмечают в семьях студентов, являются: Пасха (37 %); Рождество (32 %); Радуница (17 %); Троица (8 %); Дзяды (6 %). Отмечается возрастание популярности ассоциативного образа религиозного праздника Троицы, по сравнению с предыдущими исследованиями [2, с. 382]. Среди религиозных праздников, которые отмечают в семьях студентов, также были определены Вербное воскресенье, Крещение, Спас. Наиболее популярные светские праздники, которые отмечают в семьях опрошенных: Новый год (50 %), 8 марта (41 %), 23 февраля (27 %), дни рождения (26 %), День матери/отца (15 %), 9 мая и 3 июля (13 %), 14 февраля (4 %) [5; 6]. В сравнении с предыдущими исследованиями ассоциативных образов молодежи, большая роль на данном этапе принадлежит праздникам Дню матери и Дню отца. Данное явление свидетельствует о важности семейных отношений в представлениях молодежи.

Элементы историко-культурного наследия белорусов также нашли свое символическое отражение в представлениях о Беларуси у молодого поколения. Среди совокупности образов выделяются следующие категории: предметы материальной культуры (костюм, рушники, орнамент, вышиванка, вышивка, вытинанка, народные инструменты, гончарные изделия); элементы духовной культуры (народные песни, фольклор, белорусская литература, музыка). Отдельную категорию составляют образы, связанные с традициями национальной белорусской кухни – названия различных блюд, в том числе и заимствованных (цеппелины, окрошка, бигос), которые не упоминались респондентами в исследованиях десятилетней давности [2, с. 382]. В данном случае в заимствовании образов блюд (цеппелины, окрошка, бигос) проявляется самобытность представлений молодежи Витебской области как пограничного с Литвой и Россией региона, для которого характерно межэтническое взаимодействие и культурное разнообразие.

Ассоциативные образы, связанные с семейными традициями, также являются важной частью культурного кода белорусской молодежи. К данным традициям относятся праздничные застолья, семейные обеды, ужины и встречи, совместное приготовление блюд, в том числе национальной

кухни. Внутрисемейная передача является наиболее важным механизмом трансляции культурных традиций в студенческой среде. Согласно результатам опросов студентов, на вопрос «Какие способы передачи культурных традиций вы считаете наиболее эффективными?» 78 % опрошенных белорусов дали ответ «семья». Данное явление отражает значительную роль семьи как социального института в белорусском обществе, а также наличия ассоциативных образов о семейных традициях.

Черты национального менталитета, согласно опросам студентов, представлены в ряду ассоциативных символов, связанных с родной землей. Среди положительных черт характера белорусов опрошенными студентами по степени популярности образов нами были отмечены: доброта и доброжелательность (53 %); гостеприимство (26 %); толерантность (18 %); отзывчивость (17 %); честность и искренность (14 %); трудолюбие (11 %); открытость (8 %); вежливость (7 %); спокойствие и терпеливость (6 %); щедрость (4 %). В единичных случаях отмечены такие черты характера, как находчивость, стойкость, альтруизм, смелость, чистоплотность, улыбочивость, ответственность, сдержанность, скромность, благородство, целеустремленность,

порядочность [5; 6]. В сравнении с результатами исследований этнологов 2013 г., отметим, что доброта и доброжелательность стала лидирующим ассоциативным образом Беларуси среди положительных черт менталитета у современной молодежи, важной стала и такая черта, как вежливость [2, с. 382].

Таким образом, согласно результатам опросов, у студентов Витебской области вышеперечисленные категории образов являются наиболее популярными ассоциативными образами, связанными с родной землей, Беларусью. Функционирование данных символов в системе духовных ценностей молодежи как части культурного кода является свидетельством важности трансляции национальных культурных традиций. Сохранение данных традиций и передача их молодому поколению являются основой для укрепления этнической идентичности населения и формирования нравственного гражданского общества. Отметим, что по сравнению с полевыми исследованиями 2010-х гг. наблюдается динамика, согласно которой отдельные ассоциативные образы Беларуси у студенческой молодежи Витебщины выходят на первый план, что является результатом их популяризации в СМИ.

Список использованных источников

1. Гурко, А. В. СМИ как фактор формирования национальной и этнической идентичности белорусской молодежи в 2000–2020 годах на белорусско-польско-литовском пограничье / А. В. Гурко // Псковский регионологический журнал / Псковский государственный ун-т. – 2017. – № 3 (31). – С. 41–54.
2. Гурко, А. В. К вопросу о некоторых закономерностях в формировании идентичности и жизненных стратегий молодежи Гродненской области / А. В. Гурко // Беларусь у кантэксте еўрапейскай гісторыі: асоба, грамадства, дзяржава: зборнік навуковых артыкулаў / УА «Гродзенскі дзяржаўны ўніверсітэт імя Янкі Купалы». – Гродна, 2021. – С. 380–385.
3. Этнокультурные процессы Белорусского Подвинья (Витебщины) в прошлом и настоящем / А. В. Гурко [и др.]; науч. ред. А. Викт. Гурко; Нац. акад. наук Беларуси, Центр исслед. белорус. культуры, языка и лит., Ин-т этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы. – Минск: Беларуская навука, 2017. – 628 с.
4. Кусовская, А. В. Особенности трансляции социокультурного опыта в среде белорусской студенческой молодежи / А. В. Кусовская // Современная молодежь и общество: сб. науч. ст. / под науч. ред. И. И. Калачёвой. – Минск: РИВШ, 2021. – Вып. 9. – С. 41–45.
5. Архив Института искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы (АИИЭФ). Фонд 6. Оп. 14. Д. 412.
6. Архив Института искусствоведения, этнографии и фольклора имени Кондрата Крапивы (АИИЭФ). Фонд 6. Оп. 14. Д. 414.
7. Флиер, А. Я. Символ в культуре – генезис – функции – значимость / А. Я. Флиер. – URL: <https://observatoria.rsl.ru/jour/article/viewFile/310/15> (дата обращения: 24.05.2023).

Поступила / Received: 19.02.2025

РЕЦЕНЗИИ

РЕЦЕНЗИЯ НА КОЛЛЕКТИВНУЮ МОНОГРАФИЮ «ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ КАК ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ БЕЛОРУССКОГО НАРОДА» ПОД ОБЩЕЙ РЕДАКЦИЕЙ И. И. КАЛАЧЁВОЙ

В 2021–2024 гг. в на факультете философии и социальных наук БГУ выполнялась НИР «Историческая память в системе базовых ценностей белорусского народа как фактор межпоколенной коммуникации и информационной безопасности» (ГПНИ «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства»). Ее целью являлся показ сущности исторической (коллективной) памяти как фундаментальной основы, связывающей старшие и младшие поколения в белорусском обществе, а также раскрытие социально-интегративной роли коммуникации между различными поколениями, выявление их ценностных и смысловых предпочтений. Авторы, в числе которых известные в своих областях ученые – философы, социологи, историки, искусствоведы, культурологи, психологи, – выдвинули гипотезу о том, что историческая память является связующим звеном в межпоколенной коммуникации. Объектом исследования являлась историческая память как фундаментальная ценность белорусского народа в преемственности традиций коммуникации. В качестве предмета исследования они определили динамику изменений в функционировании поколений представителей разных историко-культурных укладов.

Научной основой работы стал ряд источников информации. Наиболее содержательные из них – социологический опрос по теме «Профиль поколений и фокус-групповые дискуссии, проведенные с представителями четырех поколений (жителями страны)». Помимо социологических методов исследования, были использованы исторические и социально-психологические методы. Авторы обращались к данным социологических исследований, проведенных в Центре социологических и политических исследований БГУ, в Институте социологии НАН Беларуси, к статистическим дан-

ным и нормативно-правовой информации из открытых источников.

Социальная память выполняет множество функций: она формирует идентичность, создает почву для общественной консолидации или, напротив, для раскола, рисует образ идеального политического устройства, помогает вспомнить о героизме предков и их моральных устоях, предлагает картину золотого века, подводит основу под политические союзы, конструирует образ врага и предлагает язык для обсуждения общественно значимых проблем. Однако в белорусском научном сообществе проблема исторической памяти стала предметом изучения не так давно. В работах таких ученых, как Е. В. Бакалова, Н. М. Бровчук, Н. Ф. Денисова, В. С. Иванова, А. В. Касович, Т. П. Савчук, О. А. Матусевич, И. Р. Чикалова, представлены лишь некоторые аспекты столь сложной темы. Кроме того, стоит отметить работы Н. А. Мысливец, а также О. Г. Яценко, Т. И. Кухаренок, С. В. Грунтов и др. Таким образом, представленная коллективная монография (Минск: БГУ, 2023 г., 255 с.) является результатом первого исследования, посвященного проблематике исторической памяти как научного феномена и выполненного на междисциплинарном уровне.

Актуальными событиями последнего времени стали научные конференции, семинары, диалоговые площадки, посвященные проблематике исторической памяти. Среди наиболее значимых – международная научно-практическая конференция «Историческая память о Беларуси как фактор консолидации общества» (2019 г.), в рамках которой авторы рецензируемой монографии зафиксировали социокультурный статус исторической памяти в социально-гуманитарном знании. Ими была обозначена фундаментальная роль исторической

памяти в формировании и развитии современного белорусского общества.

Монографическое исследование «Историческая память как фундаментальная ценность белорусского народа» в определённом смысле уникально. Его необычность заключается в раскрытии функции коммуникации как ключевой в системе преемственности традиций исторической памяти. Монография состоит из четырех глав, образующих стройное логическое целое.

Первая глава посвящена теоретико-методологическим основам исторической памяти. В ней обсуждены такие вопросы, как феномен исторической памяти в истории философии и социально-гуманитарном знании, историческая память в контексте коммуникативной парадигмы, а также проблемы сохранения культурно-цивилизационной идентичности. Во второй главе представлена аналитика, которая явилась результатом социальных исследований: ценностные максимы и установки поколений, анализ фокус-групповых дискуссий, медиапространство как среда формирования памяти, религиозность и атеистическая пропаганда. Третья глава повествует о потенциале исторической памяти в общественном дискурсе, а именно в пространстве белорусских городов и мемориальной среде. В четвертой главе говорится о социокультурных практиках сохранения исторической и семейно-родовой памяти в белорусском социуме – через религию, наследие и фотографию. Таким образом, перед нами яркий и интересный труд, где наряду со строгими теоретическими выкладками много поучительного, популярного материала, часто удивляющего неожиданными открытиями.

В работе удачно скомпонован весь материал: показаны теоретико-методологические основы и практические аспекты формирования и трансляции исторической памяти. Авторы совершенно справедливо замечают, что «память ориентирована не только на прошлое, ее осмысление важно для современных поколений, а также для тех, кто будет жить в дальнейшем» (с. 4). Актуальна для сегодняшнего дня мысль о том, что «...восточнославянские народы должны взаимодействовать друг с другом, используя свой богатый духовный потенциал и исторический опыт» (с. 63).

Монография впечатляет широтой охвата материала, подробностью и детальностью анализа исследуемых явлений. Группировка материала в целом укладывается в тематико-проблемный принцип – подобное деление материала вполне закономерно. Самодостаточное значение имеют иллюстрации и список литературы. Очевидно, что такую работу можно осуществить только специалистам, которые на протяжении многих лет плодотворно работают в данной области. Присущее им умение выделить общее и типичное заслуживает самой высокой оценки. Полученные выводы обоснованы, базируются на проанализированном материале и вытекают из него. При этом подкупает лёгкость изложения материала, делающая работу доступной для чтения и изучения аспирантами, магистрантами и студентами. Монография «Историческая память как фундаментальная ценность белорусского народа», безусловно, будет полезна как для специалистов, так и для всех тех, кто стремится понять, что заставляет людей не забывать о своем прошлом.

Отмечая высокий научный уровень, на котором выполнена рецензируемая коллективная монография, хотелось бы высказать ее авторам свои пожелания.

Несмотря на то, что научные труды о «цифровой эпохе», «цифровизации» и «диджитализации» стремительно возникают едва ли не каждый день, всегда остаются предметы, требующие основательного изучения. Образы прошлого, историческая память в социальных медиа, бесспорно, являются таким предметом. Цифровая среда сегодня включает в себя целые «платформы» для производства исторического знания, создателями которых являются не только профессиональные сообщества, но и рядовые пользователи. Внешне «безобидная» замена бумажного носителя на цифровой существенным образом воздействовала на политику памяти и нарушила власть «сакральных» структур, основными функциями которых неопределённо долгое время были хранение и воспроизводство знания о прошлом. Цифровые технологии обеспечили возможность полилога и поместили нас в ситуацию постоянного полидискурсивного «исторического шума». Данная ситуация требует концептуализации, что автору параграфа о формировании

исторической памяти в медиапространстве удалось лишь отчасти.

Важнейшими инструментами трансляции исторической памяти в обществе являются образовательные и культурные учреждения. Среди последних особая роль принадлежит музеям, экспозиции которых оказывают значительное познавательное и эмоциональное воздействие на социум. Сохраняя и интерпретируя культурное наследие, музеи вовлекают посетителей в мир живой истории, пробуждая в них чувство единения с предками через знания, образы, традиции, ценности и символы. В этом контексте музейную экспозицию можно рассматривать как пространство, где устанавливается связь между прошлыми и будущими поколениями. Представляется, что анализ этого важнейшего инструмента

формирования коллективной памяти также обогатил бы рецензируемое исследование.

Темами дальнейших исследований могут стать различные аспекты исторической памяти отдельных социальных, этнических, религиозных и профессиональных групп населения Республики Беларусь.

Говоря в целом о книге, нужно отметить актуальный характер многих проблем, которые в ней поднимаются: проблема сохранения культурно-цивилизационной идентичности, ценностные «максимы» и установки поколений, сохранение исторической памяти в белорусских городах, укрепление семейно-родовой памяти и изучение культурной сложности современного мира. Ни одно общество не может игнорировать те проблемы, те вызовы, которые перед ним ставит время.

Профессор кафедры этнологии, музеологии и истории искусств
Белорусского государственного университета,
доктор исторических наук, профессор
А. А. Гужаловский

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Сборник научных статей «**Современная молодежь и общество**» имеет статус **рецензируемого ВАК Республики Беларусь** издания по социологии и культурологии (с 2017 г.). Выходит один раз в год во II квартале в ГУО «Республиканский институт высшей школы». Содержание статей должно соответствовать одной из следующих специальностей: **социология, культурология, история (этнография, этнология, антропология).**

Научный редактор издания – профессор БГУ, доктор исторических наук, профессор И. И. Калачёва.

Объем научной статьи по теме диссертации должен составлять не менее 14 тыс. печатных знаков, включая пробелы между словами, знаки препинания, цифры и др. (0,35 авторского листа), но не должен превышать 20 тыс. печатных знаков.

Статья на белорусском или русском языке подается на электронном носителе и в напечатанном виде через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman высотой 14 пунктов в текстовом редакторе MS Word.

Полностью оформленная рукопись передается в редакцию с приложением следующих документов:

- выписка из протокола заседания структурного подразделения;
- сведения об авторе;
- внешняя рецензия;
- справка о проверке на наличие заимствований.

Статья должна сопровождаться рецензией, заверенной по месту работы рецензента (для магистрантов и аспирантов рецензией научного руководителя).

Научная статья должна включать следующие элементы:

- УДК;
- резюме до 10 строк на русском и английском языках, где должны быть отражены суть статьи и элемент новизны ее содержания;
- фамилия и инициалы автора (авторов) статьи на русском и английском языках;
- название на русском и английском языках;
- введение;
- основная часть, включающая графики и другой иллюстративный материал (при их наличии);
- заключение, завершаемое четко сформулированными выводами;
- список цитируемых источников;

- дата поступления статьи в редакцию печатного издания.

Дополнительно в структуру статьи может быть включен перечень принятых обозначений и сокращений.

Содержание рукописи должно соответствовать требованиям, изложенным в главе 5 Инструкции о порядке оформления диссертации, диссертации в виде научного доклада, автореферата диссертации и публикаций по теме диссертации, утвержденной постановлением ВАК Республики Беларусь 28.02.2014 № 3 (в редакции постановления 22.08.2022 № 5).

Список цитируемых источников располагается в конце текста, ссылки нумеруются согласно порядку цитирования в тексте. Использование сносок в тексте не допускается. Ссылки на цитируемые источники оформляются в соответствии с требованиями ВАК Республики Беларусь (например, [1, с. 15], где 1 – номер источника в списке литературы, 15 – номер страницы). Не допускается включать в список источники, на которые отсутствуют ссылки в тексте статьи. Иллюстративный материал подается в формате JPEG или TIF.

Оформление списка источников должно соответствовать образцам оформления библиографического описания, утвержденным приказом ВАК Республики Беларусь от 26.06.2014 № 159 (в редакции приказа от 01.10.2024 № 230).

За точность фактов и цитат, приведенных в статье, ответственность несут авторы.

Корректуры авторам статей не высылаются.

Статья пересылается на электронный адрес: **modernyouth2012@mail.ru** и по почтовому адресу: 220007, г. Минск ул. Московская, 15, каб. 527, РИВШ, кафедра молодежной политики и социокультурных коммуникаций.

Обязательные сведения об авторе: ФИО, место работы, должность, ученые степень/звание, адреса почтовый и электронный, телефон.

Редколлегия оставляет за собой право решения о публикации статьи.

Публикация для авторов платная. В оплату входит один номер сборника научных статей.

Статьи аспирантов, докторантов и соискателей последнего года обучения публикуются в первую очередь.