

УДК 316.35

**Социальные факторы качества культурного потенциала городской молодежи в РТ****Давлетшина Д.М.**

Кандидат социологических наук, доцент, старший научный сотрудник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета, Заслуженный деятель искусств РТ

*В статье автор обращается к изучению некоторых экономических факторов, влияющих на качество культурного потенциала молодого человека, используя данные проведенных социологических исследований.*

*Ключевые слова: социально-культурная среда, качество культурного потенциала, креативность, инициативность, гуманистичность.*

Определение состояния качества культурного потенциала городской молодежи является важной составляющей культурной и молодежной политики региона.

Для того, чтобы объективно исследовать состояние данного качества необходимо проанализировать воздействие разного рода глобальных процессов на срезы социально-культурной жизни и личностных молодежных ориентаций. В данной статье мы обратимся к изучению некоторых экономических факторов, влияющих на качество культурного потенциала молодого человека. Реализовать эту задачу нам поможет проведенный в республике социологический опрос.

Эмпирическую базу исследования составили результаты опроса проведенного в 2009-2010 гг. в Казани. Исследование проводилось на базе четырех казанских университетов – ПФУ, ТГГПУ, КГМУ, КГТУ и ОАО «Казань оргсинтез» под руководством и при участии автора. Выборочная совокупность исследования составила 1032 человек, осуществлена методом квот, которые соответствуют критериям высокой точности. Число характеристик, данные о которых выступают в качестве квот, представлено образованием, возрастом, полом, занятостью (учеба, работа, подработка и др.). Максимальная допустимая погрешность по основным параметрам составляет 0,5 %. В соответствии с генеральной совокупностью в ходе опроса сохраняются этнические пропорции (характерные для данного района), пропорции полов (50 % молодых людей, 50 % девушек) и (по 33 %) трех возрастных групп: 16-18 лет, 19-23 года, 22-30 лет.

Данный опрос выявляет личностные «культурные установки» молодых людей – студентов (в том числе творческих вузов) и работающей молодежи Татарстана. Они являются носителями культурного потенциала уже сегодня и представляют собой социальный ресурс развития потенциала республики. То, каким они видят пространство современной культуры, как они представляют возможности взаимодействия различных ветвей социального партнерства, в том числе основных – финансовых источников, сегментов бизнес-среды, аппарата государственного управления и непосредственно людей творческого, интеллектуального труда, является определяющим фактором перспектив функционирования социально-культурной среды.

Основываясь на работах социологов, футурологов, культурологов, мы выявили, что молодой человек, обладающий культурным потенциалом, – личность, развивающая в себе следующие свойства: креативность, инициативность, гуманистичность, мобильность, открытость новому, поликомпетентность (социальная, профессиональная и пр.). Наличие именно этих качеств позволяет быть адекватными в нестабильном современном мире.

В общественных и политических реалиях все это выражается в высоком уровне гражданской осознанности (активное электоральное поведение, использование других видов политического участия, общественная деятельность); участие в развитии малого и среднего бизнеса, как социального ресурса и опоры гражданского общества; переход к несырьевому типу экономического развития и как следствие – внедрение инноваций в науке, организация бизнес-

инкубаторов, венчурных фондов, технопарков и т.д.; поддержка культурного производства и конверсии культуры государством и интенсивное потребление нового «культурного продукта», что выражается в виде популяризации арт-практик, гуманитаризации образования, организации творческих кластеров, городских фестивалей и т.д.

Наша задача – рассмотреть, как некоторые из вышеперечисленных характеристик реализовываются под влиянием экономических факторов в республике.

Одним из приоритетных общемировых и российских процессов, затрагивающих экономическое пространство республики, является процесс повышения качества жизни человека, цель которого – достижение определенного стандарта благосостояния, удовлетворение социальных потребностей, развитие интеллектуального потенциала и мотивации труда. Очевидно, что удовлетворение витальных и социальных потребностей молодых граждан РТ является основой дальнейшего их перехода к реализации потребностей духовного, экзистенциального характера. Сообразно этому первичным показателем, отображающим перспективы интенсивного развития культурного потенциала молодежи, является *показатель удовлетворенности материальным благосостоянием*, в который входят наиболее актуальные для молодежи вопросы обеспечения жильем, хозяйственно-бытовые условия, возможность профессиональной реализации и т.д.

Из всех возможных факторов, влияющих на перспективы развития и на качество культурного потенциала республики, наибольшее значение, по мнению респондентов, имеют: рост благосостояния населения – 47,68 %, увеличение бюджетных средств на развитие науки, образования, культуры – 45,90 %, общий уровень развития РТ, отражаемый в экономических, социальных и политических показателях – 37,84 %.

Что подразумевает молодежь, выбирая большинством ответ «улучшение условий жизни?» Очевидно, что в эту формулировку входит увеличение получаемых доходов и улучшение жилищных условий, в первую очередь.

Жилищные условия основной массы граждан РФ большинство опрошенных (41,12 %) определяют как удовлетворительные, но почти столько же (37,70 %), как неудовлетворительные. Каждый второй респондент (51,64 %) уверен, что в обозримом будущем (в перспективе до 2015 г.) они останутся неизменными. Каждый пятый (20,77 %) верит, что они улучшатся к 2015 г., и 37,02 %, что улучшатся к 2020 г. На вопрос о возможности изменения реальных доходов граждан в течение следующего десятилетия большинство также ответило, что доходы останутся на нынешнем уровне (30,87 %) и еще 33,20 % отметили, что незначительно вырастут. Тех, кто уверен, что они значительно возрастут, примерно столько же, сколько тех, кто уверен, что

они значительно снизятся (7,79 % и 6,42 %). То есть в целом среди молодых людей существует незначительный расчет на то, что общий уровень российской экономики и народного благосостояния несколько возрастет (возможно, это связано с общей тенденцией оптимистичного взгляда на мир молодежной аудитории). Хотя большинство опрошенных не видит рычагов для резкой его оптимизации в ближайшие годы.

*В целом уровень удовлетворенности материальным благосостоянием можно охарактеризовать как «средний» или «промежуточный» между крайне позитивными и крайне негативными оценками. Молодые люди не питают иллюзий по поводу высоких темпов социально-экономического развития региона, однако и не теряют оптимистического настроя, вероятно рассчитывая на постепенное улучшение экономических показателей качества жизни в долгосрочной перспективе.* Такое состояние можно назвать традиционным для российского социума, большинство членов которого привыкло рассчитывать на свои собственные силы и финансовые ресурсы, не апеллируя к возможностям использования государства в виде материального донора.

Другим процессом в России, влияющим на общие социально-экономические показатели, является развитие предпринимательства. Этот процесс, при современном реформировании социальных сфер и продолжающемся экономическим кризисом, является обязательным условием экономической стабильности, а возможность заниматься малым и средним бизнесом помогает нивелировать негативные последствия современных экономических тенденций.

Бизнес-структура – необходимый сегмент инфраструктуры развитого современного государства. Он служит финансовой основой экономической системы, образуя в социальной среде прослойку «среднего класса». Наличие частного предпринимательства является подтверждением функционирования правовой экономики и правового государства. Социальная роль среднего класса достаточно велика. Его представители являются структурами, поддерживающими существующий социальный строй (инвесторы, крупные потребители, налогоплательщики) и культурными интеграторами (хранителями и распространителями ценностей, норм, традиций и законов общества). Саморегуляция гражданского общества также основана на активности представителей среднего класса.

В рамках концепции данного исследования представляется актуальным выявление такого показателя качества культурного потенциала человека, как уровень бизнес-инициативности молодежи, то есть заинтересованности в участии в бизнес-процессах, реализации самостоятельных идей и проектов.

Как показывает проведенный социологический опрос, большинство участников готовы к профессиональной занятости. Показательно, что на вопрос «Какую работу вы бы предпочли при наличии раз-

ных возможностей?»), большинство ответило – работу в сфере бизнеса с высокой оплатой, но не по специальности (34,56 %); 22,95 % – что любую работу с высокой оплатой независимо от специальности, личных способностей и возможностей. Среди мотивов деятельности предпринимателей большинство выбрало «прибыль для удовлетворения личных потребностей» (45,49 %), «прибыль ради накопительства» – 28,42 %, «достижение власти, связей и высокого социального положения» – 25,27 %. Очевидно, что такие ответы связаны с необходимостью определенной финансовой независимости в условиях российской нестабильной экономической и политической ситуации. Как становится видно из ответов респондентов, уровень бизнес-заинтересованности среди молодежи достаточно высокий. И это несмотря на то, что большинство из них уверено, что в стране не создано достаточных условий для его развития.

На вопрос «Созданы ли, на ваш взгляд, надежные правовые гарантии бизнеса в РФ и РТ?» большинство выбрали ответ «скорее нет, чем да» (33,06 %), 21,58 % ответили «нет» и 28 % ответили утвердительно. Вероятность их создания к 2015 г., по мнению одной трети опрошенных, средняя, а каждый четвертый считает, что низкая. Видение перспектив развития бизнеса получилось несколько противоречивым. Большинство участников опроса среди молодежи считает, что сейчас не существует достаточных правовых гарантий бизнеса в РФ и РТ, при этом каждый второй (а это также большинство опрошиваемых) счел, что власть поддерживает развитие предпринимательства, видимо, имея в виду не правовую, а кредитно-финансовую или идеологическую сторону вопроса. Судя по ответам, упомянутым выше, о предпочтительном выборе места работы, когда большинство выбрали «работу в сфере бизнеса с высокой оплатой, но не по специальности», многие молодые люди уже сейчас примеряются к имеющимся бизнес-реалиям. Безусловно, им хочется видеть социальную предпринимательскую инфраструктуру будущего удобной и адаптированной под имеющиеся потребности, а свое участие в ней успешным.

Еще одним фактором, раскрывающим такое качество культурного потенциала как инновативность, является ориентация современной экономики на внедрение инновационных технологий. На вопрос «Какими качествами должен обладать современный предприниматель?», самыми популярными ответами стали: готовность к риску – 57,10 %, решительность – 51,37 %, целеустремленность – 57,24 %, это объясняется особенностями функционирования современного российского рынка. Следующим блоком выделенных качеств оказались: инициативность – 44,54 %, ответственность – 40,44 %, склонность к новизне и поисковой деятельности – 39,48 %. Такой набор необходимых характеристик иллюстрирует не только специфическую ориентацию современно-

го рынка труда, но и в общем определяет готовность молодежи к принятию инноваций, как перспективной области экономического развития. На вопрос «Какие факторы в большей степени влияют на предпринимательскую активность?» 39,76 % ответили – профессионально-квалификационный, 26,09 % – интеллектуальный, а 25,55 % – инновационно-творческий. Таким образом, по мнению большинства респондентов, активность предпринимателя связана с уровнем его знаний в сфере собственного бизнес-сегмента, а также дополнительных умений, навыков в области эффективного менеджмента, продаж, разработке маркетинговых стратегий, PR и рекламы. Другим фактором, повышающим активность, выступает самостоятельное внедрение инновационных технологий, оптимизирующих процессы производства и реализации товаров или услуг.

Опираясь на данные опроса, мы приходим к выводу, что молодые люди осознают необходимость развития собственного инновационного потенциала. Что, вероятно, не представляется им проблематичным в силу имеющихся психологических особенностей у членов этой социальной группы. Они как раз наиболее лояльны к новациям, мобильности и трансформации традиционного. В этом смысле определяющим качеством их психологического багажа является *высокий уровень инновативности в сочетании с прагматичностью и целерациональностью*.

Собственный уровень инновативности молодежь также активно проявляет в условиях распространения нового типа экономического функционирования – творческой индустрии. Творческая индустрия – «тип социально-культурных практик, интегрирующей доминантой в которых выступает творческая, культурная компонента. К творческим индустриям относят деятельность в области визуальных и исполнительских искусств; ремесел и дизайна; кино, телевидения и медиа. Творческие индустрии можно также определить как отрасль экономики, объединяющую предприятия и предпринимателей, продукция которых несет в себе потенциал добавочной стоимости и рабочих мест» [1]. Эта отрасль современного хозяйствования включает в себя весь культурный ландшафт республики – его традиционные и нетрадиционные практики, новые инфраструктурные, технические тренды, которые рассматриваются как инновационный альтернативный ресурс развития края и имиджевого ребрендинга региона.

На вопрос: «Какая модель личности, на ваш взгляд, доминирует в жизни общества в РФ и РТ?» большинство ответило – модель экономического человека, который заинтересован только в деньгах и прибыли (46,86 %). 15,98 % респондентов отметили, что это модель человека самоактуализации, для которого главное – реализация своих творческих способностей, утверждение на рабочем месте,

14,48 % – инновационный тип личности, для этого типа личности главное – креативная работа, новизна и перемены.

*Креативность и открытость участию в творческой экономике проявляется двояко.* С одной стороны, это пассивное потребление большинства образцов массовой культуры. При этом интерес потребителей к массовому, но разнообразному и зрелищному досугу является стимулом совершенствования творческих индустрий. Социальная функция престижности досуга оказывается в этом случае поводом для отраслевого развития. С другой стороны – существуют группы потребителей элитарной

или альтернативной культуры среди молодежи (как правило, люди с высшим образованием, знакомые с образцами общемировой и современной западной и восточных культур), которые являются как потребителями, так и активными производителями культурных благ. Вкладываясь в саморазвитие и самореализацию, используя временные, материальные, энергетические, образовательные и другие ресурсы в этом процессе, они поддерживают рост качества творческих индустрий в городе, выступая в качестве культурных посредников, отчасти, выполняя роль создателей современного культурного имиджа города.

#### *Литература:*

1. Что такое творческие индустрии? – URL: [http://www.creativeindustries.ru/rus/creative\\_industries](http://www.creativeindustries.ru/rus/creative_industries)
2. Программа развития духовно-нравственного воспитания детей и учащейся молодежи РТ на 2008-2011 гг. / Мин-во образования РТ. – URL: [http://www.mon.tatar.ru/rus/file/pub/pub\\_13776.doc](http://www.mon.tatar.ru/rus/file/pub/pub_13776.doc)
3. Шумская Л.И. Социально-педагогические основы обновления воспитательной работы со студенческой молодежью // Воспитательная работа в высших учебных заведениях: теория, практика, перспективы: Материалы Междунар. науч.-практ. конф., февраль 1997 г. / Минобр. РБ, ГЭНИ. – Мн.: ЗАО «Веды», 1997. – С. 116-118.
4. Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура и стабильность демократии // Полис. – 1992. – № 4. – С.127-128.
5. Кондрева О. Зеркало для малого бизнеса // Российская газета. Экономика Поволжья. – 2010. – № 5219. – 29 июня.

### **Social Factors of the Quality of Cultural Potential of Town Youth in the Republic of Tatarstan**

***D. Davletshina***

***Tatar State University of Humanities and Education***

*The author of the article refers to analysis of some economic factors influencing the quality of cultural potential of town youth, based on sociological research data.*

*Key words: social and cultural environment, quality of cultural potential, creativity, initiative, humane character.*

