

ли такое явление, как традиционная религиозность в современном постсоветском обществе?

Скорее всего ответ будет отрицательным. Более глубокое исследование социальной базы традиционных религий и содержания их религиозного мировоззрения показывает значительные отличия между тем, во что верят большинство последователей традиционных религий, и тем, во что сама религия и сама традиция предписывает им верить.

Таким образом, на вопрос, что считать сегодня традиционной религиозностью, единственным адекватным ответом представляется следующий: лишь религиозный фундаментализм (но отнюдь не экстремизм, не религиозный радикализм или некое сходное, но не тождественное религиозному фундаментализму течение) является сегодня проявлением традиционной религиозности, основанной на возврате к предельным, базисным основаниям религии, к его исходному смыслу, и работающим на распространение религиозных ценностей и воплощение их в жизнь во всех сферах общества, не исключая и политическую.

Именно фундаментализм представляется принципиально новой, характеризующей специфику воздействия глобализации на общественное сознание, стратегией религиозного миропонимания и миропреобразования, причем именно фундаменталистские идеи и деятельность в рамках многочисленных религий в дальнейшем будут играть все большую роль в духовной и политической жизни не только мирового сообщества в целом, но и постсоветских стран в частности. Религиозный фундаментализм – это не просто отклик, реакция на всеобщий релятивизм и эклектизм, вызванный жаждой духовности и возврата к исходным религиозным смыслам, это единственно возможный способ адаптации индивида в нового мировом глобальном сообществе и необходимое условие для выхода из тупика «постмодерного», «неоархаического» «неопервобытного» мышления.

Балабан Тимур

*Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина
(Украина, г. Харьков)*

Инфантилизация молодёжи в обществе потребления

Сегодня в социологии актуален дискурс, в котором обнажаются проблемы и диссонансы, свойственные современному обществу – обществу потребления. Данная проблематика затрагивается как на общетеоретическом, так и на эмпирическом уровне. Я хотел бы рассмотреть проблему соотношения современной массовой культуры с молодёжной субкультурой, влияния первой на вторую.

Нас интересуют результаты влияния современной массовой культуры на молодёжь. На наш взгляд, основным поставщиком на наш рынок ориентированной на молодёжь культурной продукции является американский кинематограф. Прежде всего, имеются в виду столь популярные сегодня американские молодёжные комедии. Если вкратце попытаться раскрыть их содержание, то нужно сказать, что они делают акцент на гедонистических моральных установках, выставляя их привлекательными для потребителя. Как нам кажется, доктринальное ядро этого продукта заключается во фразе, которая мне встретилась в одном из них: «Думая о будущем, мы забываем о настоящем». Как видно, приоритетными выставляются сиюминутные блага, в ущерб стратегическим, практическим и социально полезным целям. Характер юмора преимущественно сводится к сексуальной (и подобной интимной) тематике, что придаёт данным фильмам в глазах телезрителей некий шарм, пикантность и привлекательность. Ведь затрагиваются во многом табуированные темы. Причём опять же практически ориентированная, познавательная сторона данных творений равна нулю.

Здесь осуществляется попытка раскрыть те механизмы исследуемых нами продуктов современной массовой культуры, которые собственно и делают привлекательными в глазах своей целевой аудитории соответствующий продукт. Для этого мы обратимся к идеям, которые активно развивались представителями франкфуртской школы в социальной философии XX века, в частности Э. Фроммом, Г. Маркузе, Т. Адорно и др.

Хотелось бы также дать комментарий касательно распространившейся у нас в последнее время «американофобии». Часто доводится слышать мнение, согласно которому американцы, будучи сами пуританами и блюстителями цензуры внутри своего государства, специально транслируют в Восточную Европу подобные культурные продукты, чтобы намерено стимулировать инфантилизацию общества, снижение его критических, рефлексивных способностей, дабы потом подчинить себе. Более правдоподобной и простой нам кажется точка зрения, объясняющая процесс активного потребления американских молодёжных комедий в категориях общества потребления и свободного рынка. Вследствие особенностей нашего общества и культуры имеет место спрос на данные продукты, и соответствующие организации, производящие и распространяющие их на нашем рынке, своей целью ставят не порабощение нашей нации, а всего лишь максимизацию прибыли.

Таким образом, вставая на позицию социокультурного подхода, мы не хотим быть категоричными в негативных оценках современной украинской молодёжи. Целесообразным будет применить категорию репрезентативной культуры Ф. Тенбрука: «Культура является общественным фактом постольку, поскольку она является репрезентативной культурой, то есть производит идеи, значения и ценности, которые действительны в силу их фактического признания. Она охватывает все верования, представления, мировоззрения, идеи и идеологии, которые воздействуют на социальное поведение, поскольку они либо активно разделяются людьми, либо пользуются пассивным признанием». С этой позиции можно заключить, что представленные ранее в негативном свете продукты массовой молодёжной культуры выполняют определённые функции, удовлетворяют потребности своей целевой аудитории, снимают фрустрации, способствуют релаксации и т.д. Можно заключить, что данные продукты имеют право на существование, поскольку они поддерживаются, принимаются, пользуются спросом у такой значимой социальной группы, как молодёжь.

Балицька Ірина
Національний університет "Львівська політехніка"
(Україна, м. Львів)

Причини української трудової міграції за кордон (якісний соціологічний аналіз)

Заробітчанство має глибокі корені в історії українського народу, але ще ніколи воно не відзначалось такою масовістю. Кількість трудових мігрантів, що працюють за межами України, оцінюють від 1,5 до 7 мільйонів чоловік переважно працездатного віку. Це призводить до незворотних змін не лише в економіці держави, демографічній ситуації в глобальному масштабі, а й в психології, поведінці самого заробітчанина, що не може не відбитися на подальшому його житті і, як наслідок, - на житті суспільства.

Здебільшого через низку проблем, до яких призводить заробітчанство, ця тема зараз є дуже актуальною, вона активно вивчається, а саме: історичний аспект заробітчанства досліджували В. Папук, О. Лугова, А. Поріцький; загальні аспекти вивчали М. Романюк, І. Гнибіденко, Ж. Зайончковская, С. Пирожков, І. Прибиткова. Разом з тим, комплексних монографічних досліджень даного феномену все ще недостатньо.