

Секция «Социология организаций и социальных технологий»
**Отношение студенческой молодежи к мероприятиям в сфере культуры:
типологизация**

Ткацкая Галина Андреевна

Студент (бакалавр)

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

E-mail: gale4ka-08@mail.ru

Успех происходящих в России социокультурных преобразований в значительной мере определяется поддержкой молодого поколения. Поэтому молодежная политика и образование в данный момент определяют нравственный облик молодежи сегодня и судьбы новых поколений, будущее страны. В связи с этим возрастает значимость формирования культурных ценностей у молодежи. Очень важно, чтобы молодежь через культурные мероприятия, форумы, выставки получала нравственные ориентиры, развивала свой художественный вкус.

Большую роль в организации духовной жизни общества играют государственные учреждения культуры, которые способствуют сохранению и распространению культурных ценностей, творческой самореализации личности и гуманизации общества в целом.

В этой связи актуальными задачами деятельности учреждений культуры являются: формирование в общественном сознании положительного образа учреждения культуры, установление прочных и долговременных связей с различными целевыми аудиториями, в том числе, с молодежью. Перспективным в этом отношении является освоение и использование рекламных и PR- технологий, которые создают и поддерживают доброжелательные отношения и взаимопонимание между учреждениями культуры и общественностью [1].

Для изучения интереса к культурным событиям у молодежи нами было проведено исследование «Формирование и развитие интереса к культурным событиям у молодежи средствами PR и рекламы» на примере Международного культурного форума, проводимого в городе Ульяновске. Нами был проведен анкетный опрос среди учащихся высших и средних учебных заведений, выборка составила 400 человек [2].

В рамках исследования мы выявили, что Международный культурный форум в глазах молодежи представляется местом, где есть возможность приобщиться к мировому культурному опыту. Вместе с тем выявлена проблема недостаточной осведомленности молодежи о деятельности форума. Результаты проведенного нами исследования позволили выделить следующие типы [3]:

• **активный участник в жизни города** (19%) - в своем большинстве это представители мужского пола, второй возрастной группы (22-25 лет), обучающийся на социально-культурном направлении, участвующий в общественной жизни и готовый принимать участие в организации мероприятий. Основной проблемой, в непосещении форума данный тип видит в отсутствии информации (72%);

• **активист в рамках работы / учебы** (29%) - в основном девушки в возрасте от 18-21 года, обучающиеся на социально-гуманитарных и педагогических специальностях, для которых главным в понимании «культурная жизнь» является общение с интересными людьми. Главными мотивами посещения форума для них стали: потребность следить за новыми тенденциями (37%), повышение авторитета в глазах окружающих и знакомство с новыми людьми (29%), но для многих из них посещение форума оказалось принудительным (41%);

• **организатор мероприятий** (12%) - в основном мужчины в возрасте 18-21 год (83%), обучающиеся на социально-гуманитарном и педагогическом направлении. Для

них главным препятствием в посещении форума стало то, что деятельность форума организована на недостаточно высоком уровне (23%).

• **безразличные.** Те, кто примут участие, если позовут или вознаградят (22%) - это так же категория, как и в прошлом типе, а именно: парни от 18-21 года, но уже только с информационно-технического направления. Они чаще расценивают культурные мероприятия как возможность получить какие-то знания и навыки. Но для большинства из них посещение было принудительным (51%). Также на вопрос «Какие эмоции они испытали?» 36% ответили «мне всё равно».

• **пассивный тип** (17%) - чаще всего это девушки от 22-25 лет, обучающиеся на информационно-техническом направлении. Данный тип отличается тем, что они не хотят принимать участия в организации мероприятий (39%), но и для них одним из барьеров в посещении форума стало информационное отсутствие по данной теме (48%).

Выделение данных типов позволяет разработать грамотную PR и рекламную стратегию Форума с целью решения задач по формированию эстетически-художественных ценностей у молодежи.

Источники и литература

- 1) Андреева Г.М. Современные аспекты проблемы ценностей в социальном познании. -М.:Просвещение,2004.-160с.
- 2) Здравомыслов А.Г. Методология и процедура социологических исследований. М.: Мысль, 2009.
- 3) Козлова Т.В. PR-деятельность учреждения культуры. Реализация и оценка эффективности PR-кампании / Т. В. Козлова // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2007. - № 2. - С.42-49