

# СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ

*Н. Е. Лихачев,*

*профессор кафедры политологии и социологии,  
доктор социологических наук, доцент;*

*Могилевский государственный университет им. А. А. Кулешова*

Современная сельская культура испытывает сильное давление урбанизма, становится массово обезличенной, отвергаются традиции сельского фольклора, хореографических и песенных направлений. Несомненно, сельская традиционная культура постепенно уходит в небытие, хотя усилиями энтузиастов предпринимаются попытки реанимировать этот пласт народного творчества, но уже в новых художественных формах. Отношение сельчан к национальным культурным ценностям можно проследить по восприятию и использованию белорусского языка. Социологические исследования, проводимые на протяжении нескольких лет Могилевским институтом региональных социально-политических исследований, позволяют зафиксировать достаточно невысокую популярность родного языка среди белорусов (таблица 1).

*Таблица 1*

## **Предпочтения в выборе языка для повседневного общения, %**

Сфера использования языка	Белорусский язык	Русский язык	Оба языка
В общении с родственниками	2,5	57,0	40,5
В общении с друзьями	1,9	57,3	41,0
На работе (учебе)	4,2	55,9	32,5

Распространение и популяризация национального языка в обществе возможна не только в случае, когда язык определяют как родной, но и когда его применяют в практике повседневного общения. Данные социологических опросов позволяют сделать предположение, что в ближайшие годы белорусский язык вряд ли составит конкуренцию русскому, так как степень его распространенности в разговорной речи весьма невысокая. На работе и в общественных местах население предпочитает общаться на русском языке, и это можно объяснить не только степенью владения языком, но и его коммуникатив-

ной ценностью. Только около четырех процентов респондентов используют для общения белорусский язык. Треть населения в своей повседневной жизни в равной степени использует два государственных языка. При этом разговорный русский язык жителей Беларуси несколько далек от своего классического варианта и характеризуется наличием множества белорусских слов и белорусским произношением. В качестве родного белорусский язык чаще называют люди среднего и старшего возраста, а молодежи ближе «родной» русский язык. Хотя, казалось бы, именно юношество, выросшее в период отсутствия трудностей для его изучения и употребления в повседневной жизни должно отстаивать право родного языка.

Здесь интересным будет рассмотреть мнения экспертов по вопросу «По вашему мнению, на каком языке должна подаваться информация в СМИ?» (рисунок 1).

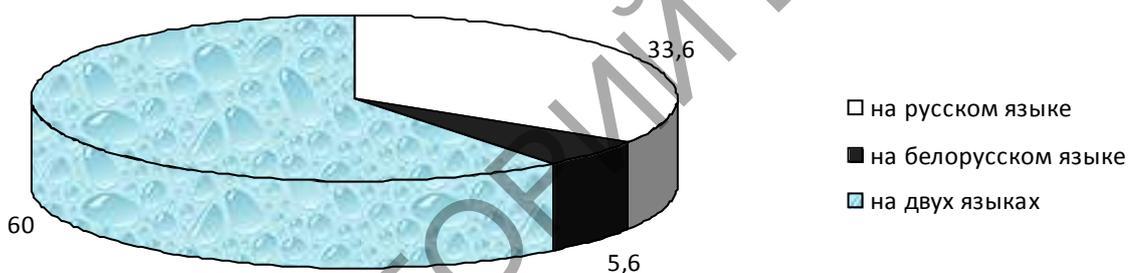


Рис. 1. Мнения экспертов о языке, на котором необходимо подавать информацию в СМИ, %

Рисунок позволяет сделать вывод: большая часть экспертов полагает, что оба государственных языка должны быть представлены в средствах массовой информации. Продолжая данную тему, мы попытались выяснить, на каком языке респонденты предпочитают читать прессу. Оказалось, подавляющее большинство читает газеты на русском (68,8 %), каждый четвертый опрошенный (25,5 %) не против двуязычия печатной прессы. И только 2,5 % остаются верными национальному языку. Эти данные, отражающие существенную разницу в языковых предпочтениях у жителей региона, не вызывают такого удивления, если проанализировать другой вопрос: «Одинаково ли вы понимаете информацию на русском и белорусском языках в СМИ?». Как оказалось, белорусский язык не всем дается легко. Хорошо понимают информацию как на белорусском, так и на русском языках 68,3 %, треть опрошенных (30 %) пред-

почитают получать ее только на русском языке и всего лишь 1,7 % ответили, что им более понятен белорусский язык.

Интересно и то, что, при такой невысокой популярности родного языка, интерес к другим элементам культуры своего народа находится на достаточно высоком уровне. Подобное предположение можно сделать, если проанализировать мнения респондентов и экспертов о необходимости создания республиканского телеканала о культуре и истории белорусского народа (рисунок 2).

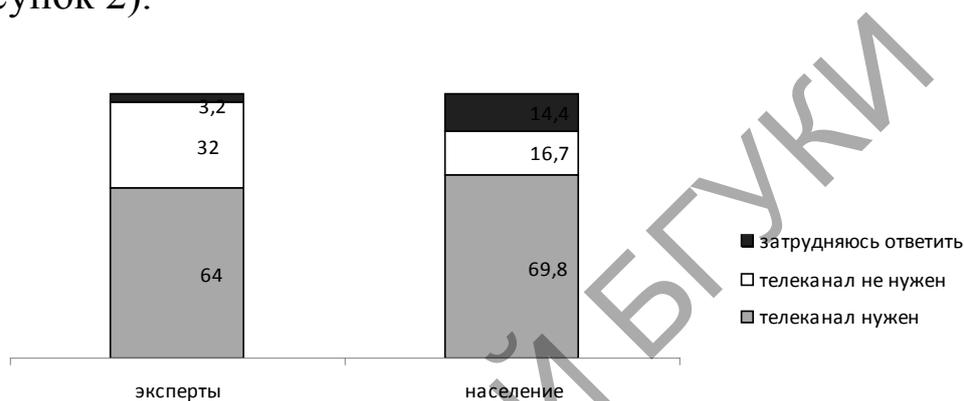


Рис. 2. Мнения респондентов и экспертов о необходимости создания республиканского телеканала с тематической направленностью по истории и культуре белорусского народа, %

Среди аргументов «против» были ответы: «Это нужно изучать в школе»; «Таких программ достаточно». Однако, независимо от доводов противников создания данного информационного проекта, отметим, что интерес к подобной тематике у населения все-таки имеется.

Каждая страна мира ассоциируется у любого человека с каким-либо символом, событием, именем. Называя страну, мы сразу же пытаемся вспомнить, что или кто ее сделал знаменитой. Иногда этот символ, событие, имя становится хорошим брендом для страны, благодаря которому о ней знают во всем мире. Этот бренд приносит некоторым странам неплохие дивиденды в виде экономических поступлений, например, от туристов. В связи с этим было интересно узнать, с чем ассоциируют сами белорусы свою страну. В ходе социологического опроса респондентам был задан вопрос: «Кого или что можно пропагандировать в СМИ в качестве белорусского культурного или исторического бренда (символа)?» (таблица 2).

Таблица 2

**Варианты белорусского культурного или исторического бренда (символа), который можно пропагандировать в СМИ, %**

Варианты ответов	Мнение населения	Мнение экспертов
Беловежская пуца	54,8	60,8
Брестская крепость	46,1	37,6
Зубр	31,7	33,6
Мирский замок	27,3	32,0
Лен, изделия из льна	26,5	28,8
Деревня Хатынь	25,0	12,0
Озеро Нарочь	22,3	16,0
Аист	18,2	30,4
Национальная библиотека	16,7	18,4
Картошка, бульба	15,8	15,2
Белорусская национальная одежда	14,7	6,4
Изделия из соломки	12,9	12,8
Белорусская народная музыка	12,5	12,8

Более половины респондентов и экспертов полагают, что в качестве символа Беларуси необходимо использовать Беловежскую пуцу, которая и стала известной в мире благодаря уникальности и богатству своей природы. Также в числе наиболее популярных в качестве национального символа были названы Брестская крепость, зубр, Мирский замок. Интерес представляют также ответы респондентов на вопрос: «Какая информация в СМИ вызывает у вас чувство гордости за страну?» (таблица 3).

Таблица 3

**События, освещаемые СМИ, которые вызывают у аудитории чувство гордости за страну, %**

Варианты ответов	Мнение населения	Мнение экспертов
Победы белорусских спортсменов	51,1	70,4
Героическое прошлое страны	44,5	42,4
Неповторимость, красота природы	42,4	40,8
Богатство национальной культуры	25,1	30,4
Успехи деятелей культуры	22,7	31,2
Международный авторитет страны	20,9	30,4
Достижения ученых страны	16,3	27,2
Достижения в экономике	14,7	20,0
Гордиться нечем	4,6	4,0

Таким образом, исследование динамики общественного мнения подтверждает ту истину, что влияние урбанизма на сельских жителей стимулирует трансформацию норм и культурных ориентаций, но при этом сохраняются национальная идентичность и гордость за свою страну.

**ВОСПИТАНИЕ ПОДВИГОМ**  
**(дети – герои Великой Отечественной войны**  
**в произведениях белорусских авторов)**

***В. П. Маевская,***

*доцент кафедры хорового и вокального искусства;*

***З. Л. Леонович,***

*доцент кафедры хорового и вокального искусства, доцент;*

*Белорусский государственный  
университет культуры и искусств*

Годы все дальше отдаляют нас от суровых дней Великой Отечественной войны. В мае 2015 г. мы отметили 70-летие Великой Победы. И в наши дни песни о былых сражениях, подвигах нашего народа известны в каждой белорусской семье.

Патриотическая тема в искусстве имеет глубокие корни. Это прославление Отечества, его героев, павших в боях, их самопожертвование ради свободы и независимости Отчизны и многие другие темы, к которым обращаются художники, скульпторы, композиторы. Эта тема неиссякаема. Она не теряет своей актуальности и в наше время.

Поколение победителей – непосредственных участников боевых действий Великой Отечественной войны безвозвратно уходит. Теперь не только дети, их родители, но даже и деды знают о войне лишь по рассказам, фильмам, походам в музей и... песням.

Крылатое выражение «Вспоминая о войне, мы думаем о мире» и побудило многих белорусских авторов обратиться к летописи Второй мировой, донести до наших потомков, запечатлеть в музыке подвиг героев.

Четыре долгих года шла Великая война. На борьбу с захватчиками поднялась вся страна. Только на территории оккупированной Беларуси против врага боролись более 440 тысяч