

Научная статья

УДК 316. 722

DOI: 10.20323/2686-8652-2024-4-22-80

EDN: IEIKNG

### Музыкальная социализация молодежи в разрезе город - село

**Александр Николаевич Тесленко**

Доктор педагогических наук (РК), доктор социологических наук (РФ), профессор кафедры социально-педагогических дисциплин, Кокшетауский университет им. Абая Мырзахметова, директор ОФ «Центр ювенологических исследований». 010000, Республика Казахстан, г. Астана, Кургальджинское шоссе, 8  
teslan@rambler.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1398-1832>

**Аннотация.** В условиях техногенной цивилизации и потребительского общества кардинально трансформируется музыкальная аудиовизуальная среда культурной социализации молодого поколения, нарастают противоречия в передаче культурного опыта между поколениями. Цель данной статьи: проанализировать место и роль музыкальной аудиовизуальной среды в процессе культурной социализации, выявить специфику «музыкальной картины мира» поколения центениалов (поколения Z). Исследование выполнено на основе анкетного опроса, результаты которого были обработаны статистической программой SPSS. Полученные данные дополнялись первичным контент-анализом литературы и вторичным анализом данных казахстанских, российских и зарубежных социологов. С опорой на данные собственного социологического исследования показано, что в целом культурная социализация поколения Z базируется на музыкальной аудиовизуальной среде цифрового формата. Коллективная «картина музыкального мира» обследуемой группы независимо от места жительства (город–село) тяготеет к легким музыкальным жанрам, танцевальной поп-музыке. Ярko выражены следы социализационных деформаций, привносимых влиянием западной массовой культуры и глобальных систем коммуникации. Повседневные музыкальные практики молодых казахстанцев целиком находятся в области интернета. Доказано, что современная музыкальная аудиовизуальная среда является не только кейсом изучения особенностей культурной социализации молодежи, но и надежным индикатором ее результативности. Она выступает в качестве константы культуры, музыкальных предпочтений и ожиданий молодежи как зоны высокой степени независимости молодого поколения от музыкальных стандартов и вкусов старшего поколения.

**Ключевые слова:** молодежь Казахстана; поколение Z; культурная социализация; картина музыкального мира; массовая культура; контент-анализ; музыкальная аудиовизуальная среда

Работа выполнена при финансовой поддержке Комитета науки МНВО РК по проекту AP 14869235 «Молодежная работа как условие успешной социализации учащейся молодежи».

*Для цитирования:* Тесленко А. Н. Музыкальная социализация молодежи в разрезе город-село // Педагогика сельской школы. 2024. № 4 (22). С. 80–91. <http://dx.doi.org/10.20323/2686-8652-2024-4-22-80>. <https://elibrary.ru/IEIKNG>.

Original article

### Musical socialization of youth in the city-village section

#### Aleksandr N. Teslenko

Doctor of pedagogical sciences (RK), doctor of sociological sciences (RF), professor at the department of socio-pedagogical disciplines, Kokshetau university named after Abai Myrzakhmetov, director of the Center for juvenile research. 010000, Republic of Kazakhstan, Astana, Kurgaldzhinskoye highway, 8  
[teslan@rambler.ru](mailto:teslan@rambler.ru), <https://orcid.org/0000-0003-1398-1832>

**Abstract.** In the conditions of technogenic civilization and consumer society, the musical audiovisual environment of cultural socialization of the younger generation is radically transformed, contradictions in the transfer of cultural experience between generations are growing. The purpose of this article is to analyze the place and role of the musical audiovisual environment in the process of cultural socialization, to identify the specifics of the «musical picture of the world» of the centennial generation (generation Z). The study was carried out on the basis of a questionnaire, the results of which were processed by the statistical program SPSS. The obtained data were supplemented by the primary content analysis of literature and secondary analysis of data from Kazakhstani, Russian and foreign sociologists. Based on the data of our own sociological research, it is shown that, in general, the cultural socialization of generation Z is based on the musical audiovisual environment of digital format. The collective «picture of the musical world» of the surveyed group, regardless of place of residence (city-village), gravitates towards light musical genres, dance pop music. Traces of socialization deformations brought by the influence of Western mass culture and global communication systems are clearly expressed. Everyday musical practices of young Kazakhstanis are entirely in the Internet zone. It has been proven that the modern musical audiovisual environment is not only a case study of the peculiarities of cultural socialization of youth, but also a reliable indicator of its effectiveness. It acts as a constant of culture, musical preferences and expectations of youth, as a zone of high independence of the younger generation from the musical standards and tastes of the older generation. The work was carried out with the financial support of the Science Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan under the project AR 14869235 «Youth work as a condition for successful socialization of student youth».

**Key words:** youth of Kazakhstan; generation Z; cultural socialization; picture of the musical world; musical audiovisual environment

The work was carried out with the financial support of the Science Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan under project AR 14869235 «Youth work as a condition for the successful socialization of students».

**For citation:** Teslenko A. N. Musical socialization of youth in the city-village section. *Pedagogy of rural school*. 2024; 4 (22): 80–91. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2686-8652-2024-4-22-80>. <https://elibrary.ru/IEIKNG>.

### Введение

В последние годы в официальной риторике казахстанских властей неоднократно подчёркивались место и роль молодежи в модернизации всех сторон общественной жизни, в том числе и в сфере культуры и духовной жизни. В этих условиях социализация молодежи остается фундаментальной научной проблемой не только педагогики, но и других социально-гуманитарных наук.

Традиционно, социализация рассматривается как процесс интеграции молодого поколения в существующие социальные условия, в ходе которого она приспособляется к социальному давлению и стремится установить равновесие между внутренними и внешними ценностями. В западной социологии проблемы исследования процесса овладения молодыми поколениями исторически накопленными знаниями, опытом и навыками получили развитие у сторонников позитивистского направления (О. Конт, Э. Дюркгейм, М. Вебер, П. А. Сорокин), проанализировавших взаимодействие личности и общества. С начала XX века концепции и эмпирические исследования представителей Чикагской социологической школы (Р. Парк, Э. Берджесс, У. Томас, Ф. Знанецкий), структурного функционализма (Т. Парсонс), символического интеракционизма (Ч. Х. Кули, Дж. Г.

Мид, Г. Блумер), феноменологической социологии (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман), социологов, стремящихся соединить макро- и микросоциологические подходы к обществу (Э. Гидденс, П. Бурдьё), «критической теории социализации» Ю. Хабермаса подробно описали основополагающие проблемы социализации, её факторы и этапы.

Контент-анализ различных сторон социализации личности позволяет рассматривать музыкальную социализацию молодежи как двусторонний процесс перманентной трансляции социокультурного опыта предшествующих поколений молодому посредством языка музыки и других знаковых систем, включения молодого поколения в разнообразные формы духовной деятельности (прослушивание, музицирование и т. д.) [Бельтюков, 2018], а также освоение молодым человеком в течение всей его жизни, прежде всего в молодом возрасте, ментальных «картин мира», включающих константы музыкальной культуры, музыкальные предпочтения и ожидания [Бергер, 2024].

Целью данного исследования выступает музыкальная социализация, позволяющая выявить специфику актуальной «картины музыкальной мира» поколения центениалов (поколения Z) в социально-территориальном разрезе «город–село», опираясь на те-заурусный подход, структурированно-

го по основанию «свое – чужое – чуждое» в культуре, которое формирует не объект, а субъект социализации (от индивида до социальных сообществ и общества в целом). «Картина музыкального мира» выступает в данном случае одновременно и как результат и как важнейший показатель музыкальной социализации [Тесленко, 2007].

#### **Методология и методы исследования**

Для изучения и анализа современного состояния и тенденций музыкальной социализации молодых казахстанцев в рамках реализации государственного научного гранта Комитета науки МНВО РК по проекту AP 14869235 «Молодежная работа как условие успешной социализации учащейся молодежи» был проведен социологический опрос методом анкетирования (N=150). В анкетирование приняли участие молодые люди разного возраста (16–19 лет), пола (юноши – 49,5%; девушки – 50,5%) и этнической принадлежности (казахи – 46,5%, русские – 28%, другие – 15,5%).

Участникам анкетирования было предложено ответить на 12 вопросов. Обработка вопросов велась методом математической статистики, средняя совокупность варьировалась в пределах 97%. Вопросы были определены по блокам. Основным блоком для исследования и анализа и представляющим интерес в рамках государственного гранта являются актуальные культурные практики, особенности повседневной аудиовизуальной среды, музыкальные предпочтения молодежи.

#### **Результаты исследования**

В социологических исследованиях молодежной культуры последних лет многократно подчеркивалось возросшее значение музыки в современном процессе социализации. Под ее воздействием создаются, преобразуются и активно функционируют в обществе разнообразные молодежные субкультурные практики [Луков, 2022]. Тем не менее, остается неясным вопрос о конкретных механизмах и зонах влияния музыки на «процесс социального научения» (Н. Миллер и Дж. Доллард) [Friedman, Miriam, 2014]. Современная молодежь «оказалась в ситуации, когда она, логикой истории призвана продолжать развитие на базе унаследованных материальных и духовных ценностей, вынуждено, находясь в стадии развития, участвовать в выработке этих ценностей, зачастую самостоятельно, нередко вопреки рецидивам старого мышления» [Молодежь Центральной..., 2016, с. 99]. При этом молодые люди признают, что их музыкальная социализация носит, как правило, стихийный характер (63,4%), традиционные институты и агенты социализации практически не влияют на их выбор музыкального контента. Лишь 19,6% опрошенных твердо сказали, что их музыкальным воспитанием целенаправленно занимались родители и образовательные учреждения.

В ходе исследования выяснилось, что повседневная музыкальная аудиовизуальная среда современной молодежи ориентирована на следующие музыкальные направления (Таблица 1)

Таблица 1.

**Распределение множественных ответов респондентов на вопрос:**  
*«Ваша повседневная музыкальная аудиовизуальная среда ориентирована на следующие музыкальные направления (не более 3-х ответов)», %*

Варианты ответов	Процент выборов		
	Город	Село	Всего
Танцевальная поп-музыка	22,4	23,7	46,1 %
Рэп	12,9	11,4	24,3 %
Рок-музыка	17,2	15,6	22,8 %
Хаус	7,4	1,2	8,6 %
Русский шансон	3,8	4,1	7,9 %
Q-роп / казахская попса	2,5	3,8	6,3 %
Классическая музыка	1,0	3,3	4,3 %
Лаундж	1,2	0,2	1,4 %
Этно-джаз	1,2	0	1,2 %
Народная музыка	0	0,9	0,9 %
Никаким	1,4	3,0	4,4 %
Затрудняюсь ответить	3,8	8,9	12,7 %

Наше исследование показывает, что в лидирующее положение в повседневной музыкальной аудиовизуальной среде как городской, так и сельской молодежи занимает танцевальная музыка разных жанров и направлений (диско, фанк, евро-поп и т. д.). Картина музыкального мира современной молодежи всё сильнее подвергается коммерциализации музыкальной сферы деятельности, которая выражается в развитии поп-музыки как некоего массового суррогата.

Во многом подтверждают данные нашего опроса результаты международного социологического исследования «Студенты – образ будущего», которое проводилось Институтом Горшенина с октября 2010 года по март 2011 года, молодежь Украины, России, Казахстана и Польши предпочитает слушать поп- и рок-музыку. Всего, согласно случайной выборке, было опрошено 5 155 студентов из 22-х высших учебных заведений четырех стран: Украины, России, Польши, Ка-

захстана. Более половины опрошенных студентов во всех четырех странах предпочитают поп-музыку (Казахстан – 57,5 %, Польша – 56,9 %, Украина – 51,6 %, Россия – 50,1 %). Второе место в большинстве стран занимает рок (Польша – 53,6 %, Украина – 49,3 %, Россия – 45,0 %). При этом у казахских студентов на второй позиции оказалась симфоническая музыка (42,1 %), которая заняла третье место в Украине (27,0 %). В России и Казахстане на третьем месте – реп (43,5 %, и 41,4 % соответственно), а в Польше – музыкальный стиль хаус (32,7 %). Значительная часть молодежи четырех стран слушает джаз, шансон, ритм-н-блюз. Менее популярны среди студентов такие стили, как этно, лаунж и фанк.

Обращает на себя внимание то, что как классическая, так и фольклорная музыка (даже в современных ее вариациях, типа фолк-рок или этно-джаз) не пользуются успехом у молодежи. Происходит расширение смешанных видео-

вых форм музыки, пользующихся большей популярностью у молодого поколения, при этом интегрирующим началом выступает «третий пласт» – музыка повседневности.

В ходе нашего исследования выяснилось, что повседневная картина музыкального мира молодого казахстанца сосредоточена в его мобильном телефоне. Чаще всего музыку слушают с помощью интернет-источников на мобильном телефоне (63,1 %), из них только 18,5 % предпочитают создавать собственные плейлисты, остальные ориентируются на радиотрансляции. Музыкальные радиотрансляции и компьютерные заказы для молодых людей предпочтительнее, так как их вкусы ориентированы на любимые и часто звучащие произведения. В слуховом багаже респондентов музыкальные записи значительно превалируют над «живым» звуком (1:7).

Музыка прочно вплетена в ткань молодежной культуры любой страны. Когда-то можно было легко купить только те музыкальные произведения, которые продавались в магазинах звукозаписи. Но размеры любого магазина ограничены, поэтому продаваемые там произведения составляли лишь небольшую часть мирового музыкального фонда. Интернет изменил положение вещей. Сегодня количество доступных музыкальных произведений так велико, что любой человек, имеющий подключение к интернету, словно находится в музыкальном магазине площадью сто квадратных километров, при этом он продолжает расширяться [Сибрук, 2020].

Основным источником музыкального контента в молодежной

среде являются созданный компанией Google сервис YouTube и музыкальная интернет-платформа Яндекс-музыка (Таблица 2).

**Таблица 2.**  
**Веер ответов на вопрос: «Картина музыкального мира представляется вам в виде ...»**

Варианты ответов	Процент выборов	
	Город	Село
YouTube	45,6	44,9
Google	13,1	9,4
Яндекс-музыка	37,2	38,2
Dropbox	2,6	1,2
SoundCloud	7,5	2,6
Другое	2,6	0
Затрудняюсь ответить	0	2,2

*Примечание: респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа*

При изучении предпочитаемых мест прослушивания музыки установлено, что 36,9 % опрошенных молодых людей предпочитают слушать музыку дома, 18,7 % – на улице или в общественном транспорте, 15,5 % – в автомобиле, 10,8 % – на концертах и музыкальных фестивалях. Низкие показатели посещения музыкальных мероприятий связаны, прежде всего, с финансовыми проблемами молодежи. К этому следует добавить, что современный молодой человек в возрасте 16–25-ти лет слушает музыку каждый день [Тесленко, 2021]. В среднем молодежь уделяет музыке около 4-х часов в сутки. Больше трети (37 %) опрошенных слушает музыку от 1 до 3-х часов в сутки, 27 % – от 3 до 5-ти часов, еще треть (30 %) – более 5-ти часов. Только 6 % респондентов слушают музыку менее часа в день. Значительных отклонений в разрезе «город–село» не наблюдается.

Современное поколение молодежи, так называемое поколение Z или центениалов – поколение интернета и первое цифровое поколение. В отличие от поколения X центениалы не заиклены на музыкальной информации, им не особо важно кто исполнитель или какова его творческая биография, более важно, чтобы музыка ежедневно заряжала их жизненной энергией и позитивом.

*«Моя энергетика, в ваших глазах*

*Новое время, новые песни...*

*Это лучше, чем срывать тормоза.*

*Иди ко мне, и мы споем это вместе...»*

(Богдан Титомир «Делай, как я»)

Познавательная функция музыки сегодня напрямую связана с техническими средствами ее трансляции, а поскольку данные источники информации имеют чисто коммерческий характер, то и содержание музыкальных интересов молодежи зависит от рынка музыкальной продукции – модного «товара» поп-культуры. Тем не менее 61,7 % опрошенных согласились с мнением, что современный культурный человек должен иметь общие представления о всей палитре музыкальной культуры (классика, фольклор, поп- и рок-музыка). Однако реальные культурные практики молодежной аудиовизуальной среды показывают, что структура культурного тезауруса – взаимодействие в нем триады «свое – чужое – чуждое» («своим» в процессе социализации казахстанской молодежи остается потенциал казахской культуры и национальных культур этносов, проживающих в стране); в «значимом чужом» следует выде-

лять образцы культуры, способствующие закреплению культурных ценностей и норм глобального культурного тезауруса, в «чуждом» – подчеркивать его неприемлемость для национального самосознания; в формах гуманитарной составляющей образования придавать особое значение образному освоению действительности, различным видам искусства, аудиовизуальной информации. Только для 19,4 % респондентов важен визуальный образ музыкального исполнителя, значительно важнее его музыкальный материал (41,2 %) и содержание, текст песен (30,2 %)

«Картина музыкального мира», как показывает анализ эмпирических данных, в качестве своего ядра представляет синтез «своего» и значимого «чужого». Так только 45,5 % опрошенных выразили уверенность в том, что современная молодежь проявляет *интерес к истории Казахстана и к казахской культуре*. Противоположенной точки зрения придерживается 38,6 % «поколения Z», утверждая, что молодежь ориентирована на западные ценности и не интересуется казахской историей и культурой

В тоже время не удалось обнаружить глубоких поколенческих и гендерных различий в вопросе аудиовизуальной среды актуальных культурных практик. Присутствует большое сходство «картин музыкального мира» старших и молодых поколений. Так в числе любимых респонденты называют классические произведения и классических авторов – (В. А. Моцарт, Л. ван Бетховен, П. И. Чайковский, Пол Маккартни и др.), но не называют ни одного акту-

ального хита или автора-исполнителя. Вероятно, это и есть результат культурной социализации, проявившийся в учете ожиданий старшего поколения. Даже не зная непосредственно произведений этих классиков, молодые люди знают, что они относятся к высшим культурным ценностям. Налицо, эффект демонстративной социализации, свойственный поколению Z.

Наше исследование подтвердило установку о том, что «музыкальные предпочтения, сформированные в детстве и молодости, остаются относительно стабильными на протяжении взрослой жизни» [Lewis, 1975, p. 236], хотя вместе с родителями и родственниками слушают музыку только 19,5 % опрошенных, молодые люди в беседах указывали на доминирующее влияние семьи

в становлении их музыкальной аудиовизуальной среды. В городе чаще слушают записи, 22,9 % респондентов, в основном сельчане, музицируют вместе с родными, как правило, исполняются популярные шлягеры и народные песни.

Итак, в ходе исследования выявлено, что становление целостной картины музыкального мира молодых людей происходит под воздействием как внешних факторов (сверстников, семейного окружения, друзей, СМИ), так и внутренних — особенностей темперамента и характера, чувственно-эмоциональной и интеллектуальной сферы. Процесс культурной социализации и состояние личностного развития молодого человека определяют условия функционирования музыки в дальнейшей жизни (Таблица 3).

Таблица 3.

### Взаимосвязь между потребностью культурной социализации личности и музыкой

Задачи социализации личности	Функции музыки
Установление дружеских отношений, социальной солидарности. Формирование навыков к единению.	Совместное увлечение музыкой интенсивным общением, например, членство в фанклубе или рок-группе.
Начальное самоутверждение личности.	Развитие собственных музыкальных предпочтений в противоположность музыкальным предпочтениям, сформированным в родительском доме.
Период профессиональной подготовки.	Общение с музыкой как профессиональная цель (музицирование, музыкальная публицистика, обучение музыке).
Формирование политической ориентации.	Приобретение политических знаний из текстов песен и их интерпретация; политическое позиционирование с помощью музыки.
Формирование способности к ориентации в будущем взрослого человека.	Товарищество, основанное на связи с молодёжной музыкальной культурой и интерпретация её как образца для выполнения взрослой роли личности.
Формирование идентификации на основе ориентации по отношению к определённому жизненному стилю.	Товарищество, основанное на связи с молодёжной субкультурой как возможный проект идентичности.
Зрелость личности.	Поворот к «взрослой музыке» и к соответствующим музыкальным пристрастиям.
Групповая интеграция.	Адаптация музыкальных предпочтений к определённому дружескому кругу, совместное музицирование.



Физическая зрелость.	Экстенсивный телесный опыт посредством обращения к музыке, движений в танце.
Формирование сексуальной зрелости.	Первый опыт контакта со звёздами, модераторами; влюблённость в музыкальную интерпретацию, имеющую гендерный аспект.

Таким образом, в плане культурной социализации важна установка Теодора Адорно о том, что музыка есть ни что иное, как «отражение определенных временных границ развития общества, особенностей эпохи» [Адорно, 1999, с. 102]. Следовательно, отношение к музыке выходит за пределы получения эстетического удовольствия, перерастая в фактор ценностного самоопределения и саморазвития. Музыкальный вкус формируется под воздействием культурно-исторических условий эпохи и находится в прямой зависимости от доминирующего музыкального стиля.

#### Заключение

Гедонистические установки и односторонняя «попсовая» картина музыкального мира создают определенные социализационные риски и деформации. Дело даже не в том, что постоянное слушание легкой музыки имеет множество отрицательных психологических и социальных эффектов, о которых немало сказал в свое время Т. Адорно [Адорно, 1999]. Такая музыка, лишенная каких бы то ни было национальных или иных культурных особенностей, как нельзя более подходит усредненному представителю постмодернистского общества, для которого музыка – это звуковой фон, создаваемый наушниками плеера и служащий для релаксации и заполнения тишины. Пассивность слуха и вкуса, которая при этом воспитывается, безболезненно отражается на моделях социального поведения и социокультурной иден-

тификации личности. Стоит прислушаться к словам американского социолога Джока Янга: «Как только национальное сообщество распадается, изобретается абстрактная идентичность» [Young, 1999, p. 164].

Музыкальная культура как комплекс представлений о мире музыки, ее разнообразных жанрах и направлениях, должна стать объектом пристального внимания и системной целенаправленной молодежной работы в организациях образования всех уровней [Рожков, 2024]. Как устойчивые институты социализации они способны нейтрализовать негативные тенденции в сознании и поведении молодежи, используя как инструментальный академически-познавательного характера, так и инновационные методы и средства молодежной работы (подкасты, дискотеки, флеш-мобы, квесты и т. п.). В тоже время необходимо противостоять ряду объективных факторов:

- появление новых требований со стороны общества к личности, размывание и девальвация системы традиционных ценностей, сложившегося механизма социализации поколений и, как следствие, разрыв связей, нарушение преемственности между ними, усиление бездуховности, падение образовательного и культурного уровня значительной части подрастающего поколения;

- переоценка роли образования и явное пренебрежение задачами воспитания молодежи, возникшее вслед-

ствии ошибочной линии идеологов образовательной «реформы»;

– вестернизация важнейших сфер жизни казахстанского общества, внедрение чуждых ему духовные ценностей с целью вытеснения и забвения отечественной истории, культуры, традиций [Зубок, 2019, с. 14].

Существенным аспектом в музыкальной социализации современной молодежи, независимо от места проживания (город – село), должны стать задачи по формированию качественной и разнообразной аудиовизуальной среды, которая бы знакомила молодежь с богатой палитрой всей музыкальной культуры, накопленной человечеством. В этой связи заслуживают поддержки

государства различные молодежные инициативы, направленные на музыкальное воспитание и просветительскую работу в молодежной среде. Так, в рамках грантового исследования по проекту Министерства науки и высшего образования финансируется авторская серия «Музпросвет молодого меломана» [Тесленко, 2020–2024]. Серия знакомит молодое поколение с лучшими образцами музыкальной культуры как классической, так и популярной музыки, через обращение к опыту музыкальной социализации поколения их родителей – тем самым осуществляется преемственность поколений в сфере музыкальной социализации.

#### Библиографический список

1. Адорно Т. Избранное: Социология музыки. Санкт-Петербург : Университетская книга, 1999. 446 с.
2. Бельтюков А. О. Специфика и основания массовой музыкальной культуры XX века // Теория и практика общественного развития. 2018. № 1. С. 81–99.
3. Бергер П. Культурная динамика глобализации // Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. Москва : Эксмо, 2024. 464 с.
4. Зубок Ю. А. Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы / Ю. А. Зубок, В. И. Чупров // Россия реформирующаяся. 2019. № 15. С. 12–48.
5. Молодежь Центральной Азии. Казахстан: На основе социологического опроса. Алматы : Пред-во Фонда Ф. Эберта в Казахстане, 2016. 440 с.
6. Луков В. А. Особенности молодежных субкультур в России // Социологические исследования. 2022. № 9. С. 79–88.
7. Рожков М. И. Теория и методика воспитания : учебник и практикум для вузов / М. И. Рожков, Л. В. Байбородова. Москва : Юрайт, 2024. 330 с.
8. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. Москва : Ад Маргинем, 2020. 424 с.
9. Степанов Е. Н. Педагогу о современных подходах и концепциях воспитания / Е. Н. Степанов, Л. М. Лузина. Москва : Сфера, 2002. 157 с.
10. Тесленко А. Н. Культурная социализация молодежи: казахстанская модель. Саратов ; Астана : ЦНТИ, 2007. 370 с.
11. Тесленко А. Н. Поколение KZ: в поиске культурной идентификации // Казанский педагогический вестник. 2020. № 3 (140). С. 277–286.
12. Тонких В. А. Духовно-нравственные традиции русского народа: становление и эволюция // Духовная безопасность и традиционализм : избр. мат. междунар. науч.-просветит. конф. / отв. ред. А. Г. Поляков. Киров : ВЕСИ, 2023. С. 164–169.

13. Формирование традиционных российских духовно-нравственных ценностей у младших школьников средствами предмета «Музыка»: учеб. пос. / под научн.ред. Л. В. Байбородовой, М. В. Груздева. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2023. 374 с.
14. Формирование традиционных российских духовно-нравственных ценностей у младших школьников: теория и практика : коллективная монография / под научн.ред. Л. В. Байбородовой, М. В. Груздева. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2023. 315 с.
15. Формирование традиционных российских духовно-нравственных ценностей у младших школьников: теоретико-методологические основы : коллективная монография / под научн.ред. Л. В. Байбородовой, М. В. Груздева. Ярославль : РИО ЯГПУ, 2023. 159 с.
16. Friedman, Howard S., Schustack, Miriam W. Personality: classic theories and modern research (5 ed.). Boston: Pearson, 2014. pp. 204–207.
17. Howe N, Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. N.Y. Knopf Doubleday Publishing Group. 2000. 432 pp.
18. Lewis G. H. Cultural socialization and the development of taste cultures and culture classes in American popular music: Existing evidence and proposed research directions, *Popular Music and Society*, 4:4. 1975. pp. 226–239.
19. Young J. The Exclusive Society. London: Sage. 1999. 228 pp.
20. Youth of Ukraine, Russia, Kazakhstan and Poland prefer pop-music. 2021. URL: <http://korrespondent.net/showbiz/music/1213966-opros-molodezh-ukrainy-rossii-kazahstana-i-polshi-predpochitaet-pop-muzyku>. (дата обращения: 13.08.2024).

#### Reference list

1. Adorno T. *Izbrannoe: Sociologija muzyki = Selected: Sociology of Music* Sankt-Peterburg : Universitetskaja kniga, 1999. 446 s.
2. Bel'tjukov A. O. *Specifika i osnovanija massovoj muzykal'noj kul'tury HH veka = The specifics and foundations of the mass musical culture in the XX century // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitiya*. 2018. № 1. S. 81–99.
3. Berger P. *Kul'turnaja dinamika globalizacii = Cultural dynamics of globalization // Mnogolikaja globalizacija. Kul'turnoe raznoobrazie v sovremennom mire*. Moskva : Jeksmo, 2024. 464 s.
4. Zubok Ju. A. *Sovremennaja sociologija molodezhi: izmenjajushhajasja real'nost' i novye teoreticheskie podhody = Modern sociology of youth: changing reality and new theoretical approaches / Ju. A. Zubok, V. I. Chuprov // Rossija reformirujushhajasja*. 2019. № 15. S. 12–48.
5. *Molodezh' Central'noj Azii. Kazahstan: Na osnove sociologicheskogo oprosa = Central Asian youth. Kazakhstan: Based on a sociological survey*. Almaty : Pred-vo Fonda F. Jeberta v Kazahstane, 2016. 440 s.
6. Lukov V. A. *Osobennosti molodezhnyh subkul'tur v Rossii = Features of youth subcultures in Russia // Sociologicheskie issledovanija*. 2022. № 9. S. 79–88.
7. Rozhkov M. I. *Teorija i metodika vospitanija = Theory and methodology of education : uchebnik i praktikum dlja vuzov / M. I. Rozhkov, L. V. Bajborodova*. Moskva : Jurajt, 2024. 330 s.
8. Sibruk Dzh. Nobrow. *Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury. Nobrow = Marketing culture. Culture marketing*. Moskva : Ad Marginem, 2020. 424 s.

9. Stepanov E. N. Pedagogu o sovremennyh podhodah i koncepcijah vospitaniya = To the teacher about modern approaches and concepts of education / E. N. Stepanov, L. M. Luzina. Moskva : Sfera, 2002. 157 s.

10. Teslenko A. N. Kul'turnaja socializacija molodezhi: kazahstanskaja model' = Cultural socialization of youth: Kazakhstan model. Saratov ; Astana : CNTI, 2007. 370 s.

11. Teslenko A. N. Pokolenie KZ: v poiske kul'turnoj identifikacii = Generation KZ: in search of cultural identification // Kazanskij pedagogicheskij vestnik. 2020. № 3 (140). S. 277–286.

12. Tonkih V. A. Duhovno-nravstvennye tradicii russkogo naroda: stanovlenie i jevoljucija = Spiritual and moral traditions of the Russian people: formation and evolution // Duhovnaja bezopasnost' i tradicionalizm : izbr. mat. mezhdunar. nauch.-prosvetit. konf. / otv. red. A. G. Poljakov. Kirov : VESI, 2023. S. 164–169.

13. Formirovanie tradicionnyh rossijskih duhovno-nravstvennyh cennostej u mladshih shkol'nikov sredstvami predmeta «Muzyka» = Formation of traditional Russian spiritual and moral values among primary schoolchildren through the subject «Music» : ucheb. pos. / pod nauchn.red. L. V. Bajborodovoj, M. V. Gruzdeva. Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2023. 374 s.

14. Formirovanie tradicionnyh rossijskih duhovno-nravstvennyh cennostej u mladshih shkol'nikov: teorija i praktika = Formation of traditional Russian spiritual and moral values among primary schoolchildren: theory and practice : kollektivnaja monografija / pod nauchn.red. L. V. Bajborodovoj, M. V. Gruzdeva. Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2023. 315 s.

15. Formirovanie tradicionnyh rossijskih duhovno-nravstvennyh cennostej u mladshih shkol'nikov: teoretiko-metodologicheskie osnovy = Formation of traditional Russian spiritual and moral values among primary schoolchildren: theoretical and methodological foundations : kollektivnaja monografija / pod nauchn.red. L. V. Bajborodovoj, M. V. Gruzdeva. Jaroslavl' : RIO JaGPU, 2023. 159 s.

16. Friedman, Howard S., Schustack, Miriam W. Personality: classic theories and modern research (5 ed.). Boston: Pearson. 2014. pp. 204–207.

17. Howe N, Strauss W. Millennials Rising: The Next Great Generation. N.Y. Knopf Doubleday Publishing Group. 2000. 432 rr.

18. Lewis G. H. Cultural socialization and the development of taste cultures and culture classes in American popular music: Existing evidence and proposed research directions, *Popular Music and Society*, 4:4. 1975. rr. 226–239.

19. Young J. *The Exclusive Society*. London: Sage. 1999. 228 rr.

20. Youth of Ukraine, Russia, Kazakhstan and Poland prefer pop-music. 2021. URL: <http://korrespondent.net/showbiz/music/1213966-opros-molodezh-ukrainy-rossii-kazahstana-i-polshi-predpochitaet-pop-muzyku>. (data obrashhenija: 13.08.2024).

Статья поступила в редакцию 30.08.2024; одобрена после рецензирования 07.10.2024; принята к публикации 06.11.2024.

The article was submitted 30.08.2024; approved after reviewing 07.10.2024; accepted for publication 06.11.2024.