

МОЛОДЕЖНЫЙ ДОСУГ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДА

Н. В. Григорьева, О. М. Маслова

Липецкий государственный технический университет

Поступила в редакцию 21 марта 2013 г.

Аннотация: статья посвящена рассмотрению проблем организации молодежного досуга в городской среде, выделению особенностей досуговой деятельности молодежи и тенденций трансформации досуговых практик молодежи.

Ключевые слова: молодежный досуг, досуговые практики, виды досуговых практик молодежи в городской среде.

Abstract: the article is devoted to the analysis of organizing leisure-time for young people in the urban area, to pointing out special features of leisure-time activities of young people and tendencies in transforming leisure-time practices of youth.

Key words: leisure-time of young people, leisure-time practices, kinds of leisure-time practices of young people in the urban area.

В последние годы интерес к изучению свободного времени молодежи существенно возрос, что вполне понятно, так как деятельность в свободное время играет важную роль в формировании личности молодого человека, во многом определяет его становление и развитие [1].

Досуг выступает в качестве специфической сферы свободного времени человека, являющегося временем «свободного самовыражения» его сущностных сил. Содержание досуга по природе своей дуально. Оно выступает в качестве рекреационного средства, позволяющего, с одной стороны, восстанавливать интеллектуальный, культурный и физический потенциал, с другой – развивать всю совокупность духовных и физических качеств личности, исходя из ее социокультурных потребностей. В силу этого досуг является относительно самостоятельной сферой жизни человека, в которой его потребности предмечиваются на основе свободного выбора.

Молодежный досуг, по сравнению с досугом других возрастных групп, имеет ряд особенностей. Прежде всего, досуг, являясь относительно самостоятельной сферой жизнедеятельности, отличается разнообразием и преобладанием активных и развлекательных форм. Эту особенность молодежного досуга подтверждают результаты опроса, проведенного «Фондом общественного мнения». Так, перечень развлекательных услуг, которыми пользуется молодежь, значительно шире, чем у всего населения в целом [2]. Чаще всего молодежь можно встретить в кафе и ресторанах, а также в парках и кинотеатрах. Примерно треть молодых людей отдает предпочтение

дискотекам. Молодежь также активно посещает спортивные клубы, секции, бассейны, стадионы, бильярдные и боулинг-клубы, ночные клубы, библиотеки, клубы и дома культуры.

На рис. 1 показаны доля представителей различных возрастных групп среди всех активных потребителей досуговых практик и индекс характерности, насколько свойственно для представителей данной группы быть активными потребителями развлекательных услуг. Если индекс выше 120, признак считается характерным. Как видим, активное посещение заведений сферы досуга молодыми людьми

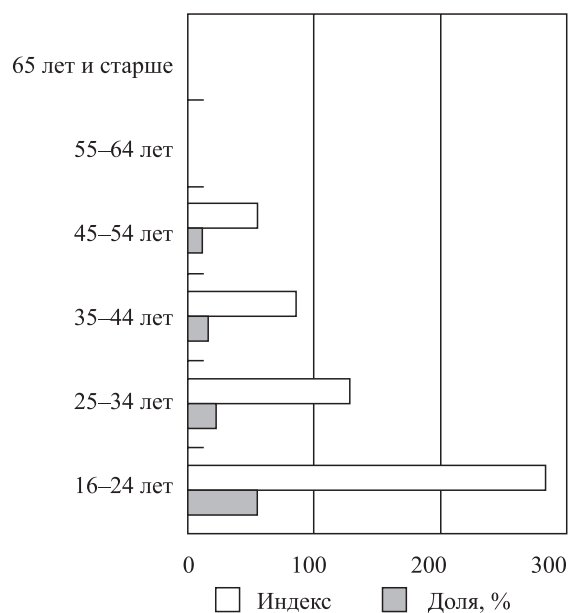


Рис. 1. Потребители досуговых услуг различных возрастных групп

ми от 16 до 24 лет превалирует и довольно характерно для людей в возрасте от 25 до 34. Индекс прочих групп существенно ниже 100. Если говорить о долях, то виден существенный перевес в сторону молодежи – их более половины среди активных посетителей.

К другой особенности молодежного досуга относится своеобразие среды его протекания. Родительская среда, как правило, не является приоритетным центром проведения досуга молодежи. Подавляющее большинство молодых людей предпочитают проводить свободное время вне дома, в компании сверстников. Когда речь идет о решении серьезных жизненных проблем, молодые люди охотно принимают советы и наставления родителей, но в области специфических досуговых интересов, т.е. при выборе форм поведения, круга общения, книг, одежды, они ведут себя самостоятельно. Эту особенность молодежного возраста точно подметил и описал И. В. Бестужев-Лада: «...для молодежи «посидеть компанией» – жгучая потребность, один из факультетов жизненной школы, одна из форм самоутверждения! При всей важности и силе социализации молодого человека в учебном и производственном коллективе, при всей необходимости содержательной деятельности на досуге, при всей масштабности роста «индустрии свободного времени» – туризма, спорта, библиотечного и клубного дела – при всем этом молодежь упрямо «сбивается» в компании сверстников. Значит, общение в молодежной компании – это форма досуга, в которой юный человек нуждается органически» [3].

Примечательной особенностью досуговой деятельности молодежи также стало ярко выраженное стремление к психологическому комфорту в общении, стремлению приобрести определенные навыки общения с людьми различного социально-психологического склада. Общение молодежи в условиях досуговой деятельности удовлетворяет, прежде всего, следующие ее потребности: в эмоциональном контакте, сопереживании, в информации, в объединении усилий для совместных действий.

Молодежный досуг закрепляет, а во многом и закладывает в молодом человеке такие привычки и умения, которые затем будут всецело определять его отношение к свободному времени. Именно на этом этапе жизни человека вырабатывается индивидуальный стиль досуга и отдыха, накапливается первый опыт организации свободного времени, возникает привязанность к тем или иным занятиям.

Выделенные нами особенности молодежного досуга не являются специфическими только для современности. Молодежь всегда представляла собой наиболее активную часть населения, стремясь к самостоятельности в общении, быстрее других социальных групп реагировала на изменения социокультурной среды.

Молодежный досуг на современном этапе развития российского общества отличают не только данные особенности, но и нарастающие тенденции трансформации досуговых практик под влиянием новых экономических, политических, социально-культурных ценностей. Нарастающая прагматизация и коммерциализация различных областей общественной жизни затронула и сферу молодежного досуга.

Происходящие в сфере досуга молодежи трансформации обуславливаются как изменением общей социокультурной ситуации, так и появлением у самой молодежи новых интересов и ценностей в процессе реализации свободного времени. В результате одни их виды перестают быть популярными и распространенными (техническое творчество, художественные и народные промыслы), другие претерпевают существенные изменения, наполняются новым содержанием (дискотека, чтение, просмотр телепередач). Кроме того, возникают абсолютно новые, не имевшиеся ранее в практике проведения молодежью досуга виды (компьютерные игры, общение в социальных сетях).

Процесс трансформации досуговых практик молодежи становится наиболее очевидным в условиях современного города. Инфраструктура современного городского молодежного досуга складывается под воздействием таких факторов, как региональные особенности, особенности взаимодействия между властными структурами, бизнес-структурой и потребностями самой молодежи.

В культурно-досуговой среде современного города, заметно трансформирующейся в последние годы под влиянием различных тенденций, можно выделить несколько видов досуговых практик молодежи: во-первых, культурно-потребительские, включающие развлекательный сектор и ориентированные на активные формы проведения досуга (посещение кинотеатров и киноцентров, ночных и развлекательных клубов), а также на пассивные формы (просмотр телепрограмм, видеофильмов и т.п.); во-вторых, рекреативные, представляющие сектор спортивного досуга (шейпинг-залы, фитнес-центры, спортивные клубы), и рекреационно-туристический сектор; в-третьих, культурно-творческие, включающие различные формы творческой самореализации молодежи (посещение театров, художественных выставок, галерей, занятие творчеством, в кружках художественной самодеятельности).

Города с благоприятным территориальным месторасположением, стабильной финансово-экономической ситуацией, высоким уровнем жизни населения и развитой торгово-развлекательной индустрией, как правило, являются основой для развития досуговых практик молодежи.

Насколько современный город предоставляет молодежи возможности для реализации досуговых

интересов, нами было рассмотрено на примерах городов Воронеж и Липецк, являющихся крупными культурными центрами Центрального Черноземья.

Так, сегодня город Воронеж – крупнейший, быстрорастущий экономический и культурный центр Центрально-Черноземного региона. Находясь на пересечении магистралей с наибольшим автомобильным и железнодорожным грузопотоком, город является крупным транспортным узлом, связывающим центр России, Северный Кавказ, Украину и Сибирь.

Рынок развлечений в Воронеже находится в стадии активного развития. Для данного сегмента в Воронеже характерны в основном те же тенденции, что и для рынков других крупных региональных городов. Высокая динамика роста этого сегмента рынка в регионах связана, с одной стороны, с бурным развитием индустрии профессиональных торговых центров, с другой – с формирующимися потребностями населения в цивилизованном современном досуге.

В Воронеже крупные предприятия развлечений, ориентированные на семейные посещения, работают в основном на площадях торгово-развлекательных объектов под управлением известных федеральных сетевых операторов – профессионального сетевого оператора рынка развлекательных услуг компании «Планета развлечений», сетевого оператора ЗАО «Премьер Парк», федеральной сети развлекательных центров «Стар Гэлакси».

Сегмент рынка развлечений в городе Воронеже представлен также кинотеатрами. Условно их можно разделить на две группы. К первой относятся кинотеатры, построенные в прежние десятилетия, но в результате реконструкции получившие возможность осуществления качественного кинопроката: «Спартак», «Пролетарий», развлекательный комплекс «Космос». Первой федеральной сетью кинопроката, вышедшей на воронежский рынок в 2007 г., стала сеть кинотеатров «Киномакс», компания «Синема парк», входящая в холдинг «Проф-медиа».

Несмотря на то, что Воронеж – город, где много развлечений на любой вкус, Липецк достаточно успешно конкурирует с ним. На территории города успешно функционируют 35 муниципальных учреждений культуры, более 600 различных спортивных сооружений, драматический театр, четыре парка культуры и отдыха, частный кинотеатр «Спутник», кинозалы в ТЦ «Москва», «Липецк», «Молл», «Малина» и в культурно-развлекательном центре «Солярис».

Таким образом, современный город, развивая торгово-развлекательную индустрию, прежде всего, является основой для развития активных форм культурно-потребительских практик молодежи.

Предпочтения молодого поколения по проведению досуга постепенно меняются: рекреативные и культурно-творческие досуговые практики значитель-

но уступают культурно-потребительским (рис. 2). Так, популярность ночных клубов и дискотек постепенно за последние 5 лет повысилась [4].

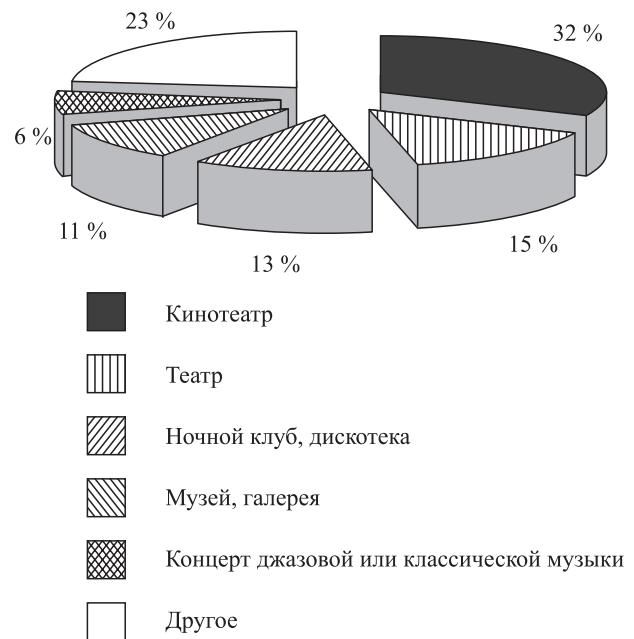


Рис. 2. Досуговые предпочтения молодежи (первое полугодие 2010 г.)

Та же тенденция отмечена и в ходе социологического опроса молодежи, проведенного в городе Липецке в мае – июне 2012 г. (рис. 3).

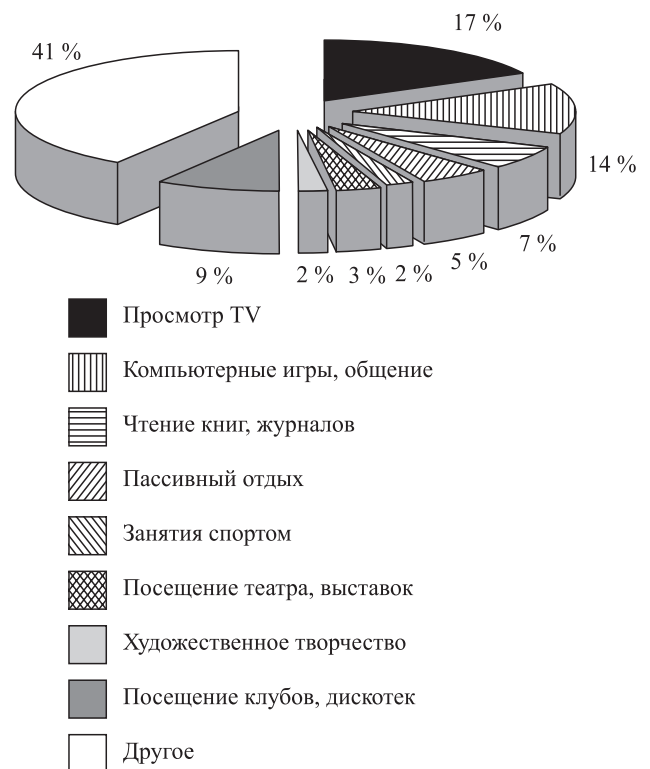


Рис. 3. Популярные виды времяпрепровождения

Как видно из рис. 3, учреждения культуры не являются для молодежи популярным местом проведения свободного времени. Только 3 % респондентов в свободное время посещают театры, музеи, дворцы культуры, клубы по интересам. Основным видом отдыха для современной молодежи становится просмотр телепередач и видеофильмов, прослушивание музыки и проведение времени за компьютером, посещение дискотек. Подобным образом проводит свой отдых от 17 до 9 % респондентов.

Таким образом, преобладающей формой досуговых практик молодежи являются пассивные культурно-потребительские формы. Что же обуславливает данную тенденцию?

Ответы респондентов на вопрос: «Какие причины, по Вашему мнению, могут препятствовать организации полноценного досуга молодежи?» представлены на рис. 4.

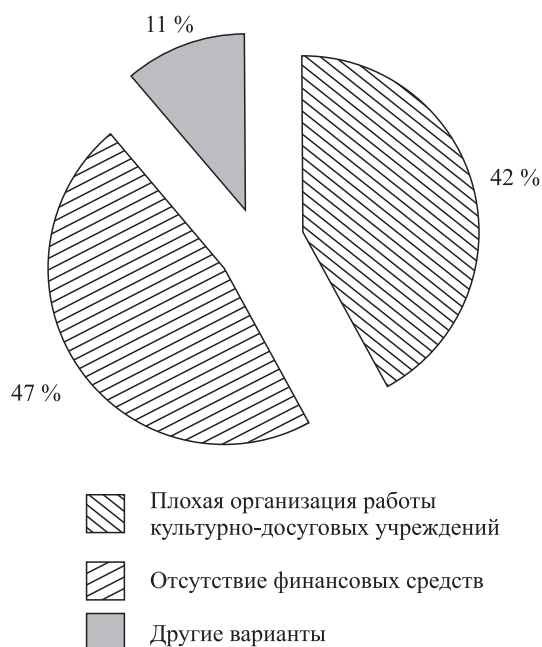


Рис. 4. Причины отсутствия полноценного досуга молодежи

Большинство респондентов (47 %) в качестве причины указали на финансовые трудности. Расширение и обогащение форм досуговых практик в представлениях респондентов напрямую связано с наличием финансовых средств. Безусловно, материальная обеспеченность молодого поколения не может не влиять на тип и качество досуга, на доступность тех или иных его форм. Полноценная досуговая деятельность становится доступной только при наличии достаточно высоких душевых доходов, а недостаток средств ведет к тому, что молодые люди ограничивают свой выбор домашними, не требующими значительных средств, видами досуга. Многим из молодых людей финансово недоступны театры, выставки, путешествия, занятия

художественным, прикладным, техническим творчеством, что приводит к снижению в структуре досуга значимости культурно-творческих практик.

Помимо финансовых проблем в качестве причин 42 % респондентов указали на плохую организацию работы культурно-досуговых учреждений. На рис. 5 показано распределение ответов молодых людей, характеризующих существенные проблемы в организации досуговой деятельности в городе Липецке.

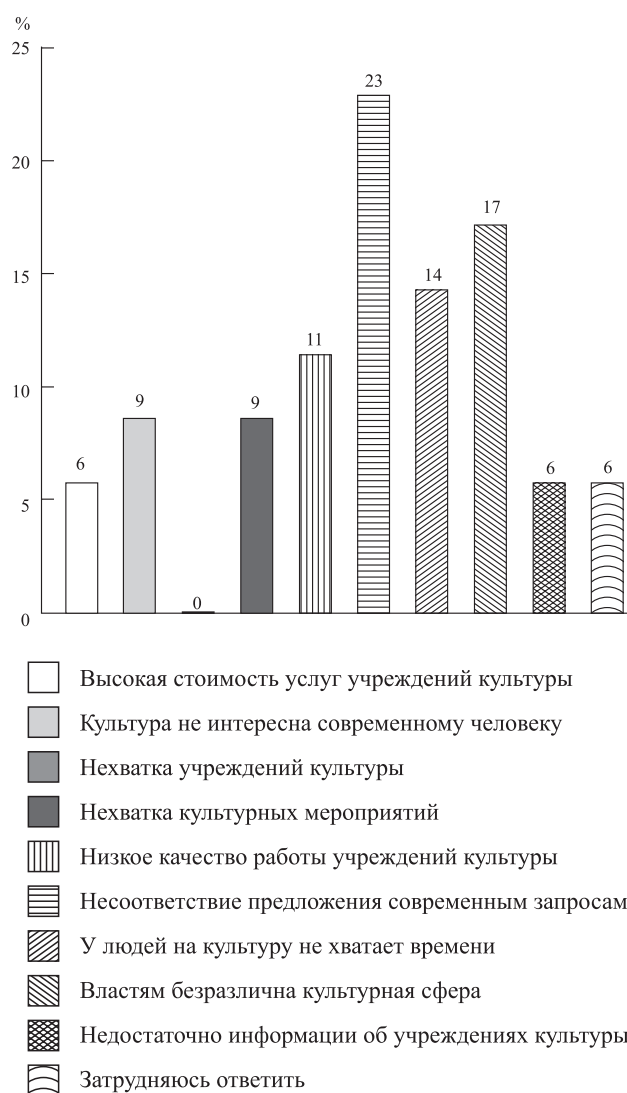


Рис. 5. Проблемы в организации досуговой деятельности в городе Липецке

Результаты экспертного опроса показали, что городскому молодежному досугу необходимо уделять намного больше внимания. В ответах экспертов отмечается, что многочисленные факты «приватизации» различными коммерческими структурами не только небольших клубов молодежи, но и Домов, и целых Дворцов культуры сократили возможности проведения досуга. Если в доперестроечные годы государство все-таки находило средства и могло еще как-то удовлетворять определенные досуговые инте-

рессы и потребности населения в рамках бесплатных секций и кружков, то всеобщая коммерциализация сферы досуга и отдыха в наше время лишает молодежь этой возможности. Развивающаяся «кафейная» культура (ночные клубы, развлекательные центры, рестораны, кафе), имеющая принципиально иные финансовые и технические возможности, становится более привлекательной для потребителя. Такая ситуация особенно характерна для города. Всё это ведет к культурным смещениям в потребительском поведении, ценностно-мотивационной сфере, иерархии «эталонных групп» и т.п. Общая оценка сегодняшней культурно-досуговой ситуации в регионах рассматривается экспертами как неблагоприятная.

Дворцы культуры, клубы не играют былой значимой роли в молодежном досуге. Отчасти это объясняется тем, что стало много других «соблазнов», отчасти – переориентацией клубов на зарабатывание денег, следствием чего стал отказ от кружковой работы или переход к ее платным формам. В определенной мере результатом этого стала неразвитость потребности в самодеятельности. В прошлом именно в клубах и ДК молодежь занималась в студиях и кружках художественной самодеятельности с самого юного возраста, что воспитывало в них потребность в творчестве.

Выделенные нами теоретические и прикладные аспекты изучения молодежного досуга позволяют говорить о проявлении в нем тенденции к преобладанию культурно-потребительских практик. Происходит становление и укрепление новой социальной группы, ориентированной не на культурно-творческую составляющую, а на потребление. И в этом смысле молодежный досуг развивается по всем правилам «общества потребления». Самодеятельность индивида в свободное время сведена к минимуму, социальное пространство и время молодого человека заполняются практиками потребительства. Основной целью посещения культурно-досуговых учреждений молодого поколения является получение удовольствия – 56 % (рис. 6).

Всё вышеобозначенное приводит к необходимости при стратегическом планировании досуга населения более внимательно подходить к организации

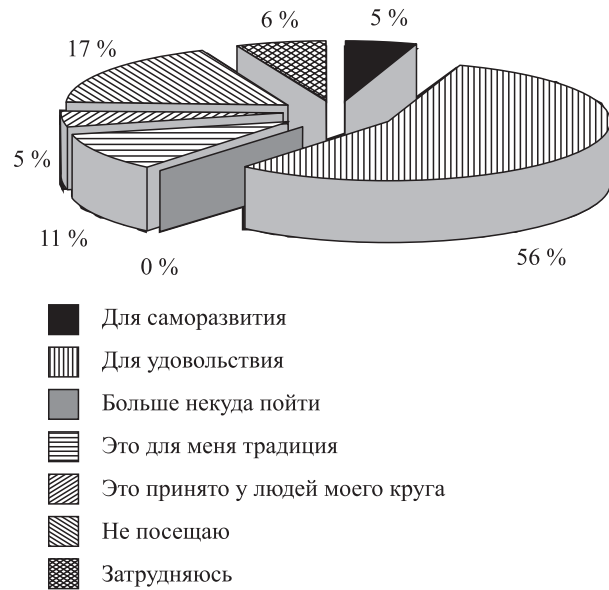


Рис. 6. Цель посещения культурно-досуговых учреждений

молодежного досуга: наполнить новым содержанием имеющиеся формы проведения свободного времени подростков и молодежи, что будет способствовать переходу от «потребляющих культуру» к «производящим культуру» формам досуга. Следует также формировать и осуществлять комплексную политику в сфере досуга молодежи как на федеральном, так и на региональном уровнях, основанную на ее реальных интересах и предпочтениях и позволяющую формировать социально активную и творчески мыслящую личность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фатов А. В. Проблемы досуговой деятельности молодежи и пути их преодоления / А. В. Фатов // Закон и право. – 2006. – № 10. – С. 85–86.
2. ФОМ. – Режим доступа: http://bd.fom.ru/cat/socium/soc_gr/molodezh
3. Бестужев-Лада И. В. Вернуть молодежи ее естественное состояние / И. В. Бестужев-Лада. – Режим доступа: <http://www.credonew.ru/content/view/365/28>
4. Исследования компании «КОМКОН-Саратов». Рынок развлечений. Оценка социологов. – Режим доступа: <http://www.admlr.lipetsk.ru>

Липецкий государственный технический университет

Григорьева Н. В., кандидат философских наук, доцент кафедры социологии
E-mail: grignatali@mail.ru
Тел.: 8-903-862-36-52

Маслова О. М., кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии
E-mail: elva-1@yandex.ru
Тел.: 8-910-350-75-94

Lipetsk State Technical University
Grigorieva N. V., Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Sociology Department
E-mail: grignatali@mail.ru
Tel.: 8-903-862-36-52

Maslova O. M., Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Sociology Department
E-mail: elva-1@yandex.ru
Tel.: 8-910-350-75-94