

Досуговые предпочтения столичной молодежи в условиях социальной дифференциации

Научный руководитель – Назаренко Сергей Владимирович

Фадеева Елизавета Александровна

Студент (бакалавр)

Финансовый университет, Москва, Россия

E-mail: SvetikF2@yandex.ru

В течение долгого времени отечественные и зарубежные социологи связывали, а некоторые и отождествляли понятия досуг и свободное время. Исследователями до сих пор не выявлен единый подход к определению досуга, равно как и не разграничены понятия свободного времени индивида и общества, но благодаря кропотливому изучению вопросов, связанных с изучением вне рабочего времени человека, зародилась отрасль социологической науки - социология досуга, центральная идея которой состоит в переносе акцента жизни общества с «цивилизации труда» на «цивилизацию досуга».

Необходимость изучения досуговых предпочтений обусловлена социально. Количество свободного времени, остающегося у человека после выполнения трудовых обязанностей, обуславливает развитие социальной инфраструктуры, присутствием новых технологий в повседневной жизни, отражающие качество жизни. Свободное время становится не только необходимой составляющей повседневной жизни, но и указывает на статус и уровень благосостояния человека. Теперь мало просто иметь достаточно свободного времени для отдыха, становится важным где и как человек его проводит.

В общем виде все досуговые предпочтения можно разделить на 3 группы - социальные (предпочтения, полностью укладывающиеся в рамки «нормальных» в данном обществе, например, увлечение живописью, спортом, музыкой и др.), асоциальные (предпочтения отклоняющиеся от общепризнанной нормы, например, наркомания и др.); и просоциальные (желание принести пользу другим, например, путем работы в волонтерских организациях). Основными типами досуговых предпочтений являются - культурно-творческий, рекреативный и культурно-потребительские типы. В социологии досуга существует три направления, изучающих свободное время, - социологический (свободное время как часть вне рабочего времени, но направленного на всестороннее развитие человека), экономический (досуг как часть вне рабочего времени, связанного преимущественно с воспроизводством рабочей силы, формированием нового типа работника) и концептуальный (свободное время за пределами труда на производстве и сводят его к вне рабочему времени, которое предназначено для отдыха трудящихся) подходы[1].

Необходимо отметить, что существует множество факторов, влияющих на формирование досугового интереса, среди них: средства массовой информации, семья, окружающая среда, сверстники, Интернет и СМИ. Визуальное и аудио восприятие молодежи так велико, что полный отказ от современных источников массовой информации не принесет результатов. Следовательно, необходимо развивать избирательность в предпочтениях и вкусах, прививать интерес к произведениям высокой художественной ценности, культурным достопримечательностям[3].

В современных условиях крупные города являются центрами индустрии досуга, состоящей их нескольких элементов:

- коммерческие структуры, отвечающие за производство и рекламу досугового поведения (маркетинг, PR-технологии и др.);

- творческие предприятия, представляющие собой единичные учреждения культуры города (Выставки в Центральном Доме художника и др.)

- государственные организации культуры и досуга (Московский Большой театр, Государственная Третьяковская галерея и проч.).

Существует мнение, что молодежь малого города склонна использовать свой досуг для отдыха, а крупного города — для развития и развлечений. Это, безусловно, может зависеть от предпочтений и воспитания, но также необходимо отметить, что на сильное влияние на досуговые предпочтения оказывает место проживания и окружение, а также возможность посещения мест культурного досуга.

Крупные города, а особенно столица, являются центрами престижного досугового поведения. Это могут быть разнообразные виды проведения досуга: посещение модных мест, занятие современными экстремальными видами спорта, поездки за границу и др. Основная задача проведения досуга в Москве - показать, что ты модный, современный и осведомлен о новинках во всех сферах отдыха.[2]

Также стоит обратить внимание на внеурочные и зачастую опасные виды проведения досуга молодежи, такие как «зацепинг», «руфинг» и проч. Как правило, вышеупомянутые развлечения характерны для крупных городов. Молодые люди регулярно гибнут или получают увечья, катаясь на вагонах поездов в неположенных местах, срываясь с крыш высотных домов, но официальной статистики не существует, т.к. погибшие не всегда оформляются таким образом. Обычно все списывают на несчастный случай. По мнению председателя комиссии ОП РФ по безопасности Антона Цветкова, увеличение числа «зацеперов» связано с мягкостью наказания за это правонарушение и провалом сферы досуга молодежи[4].

В Москве и крупных городах России молодые люди имеют больше возможностей для проведения свободного времени. Это обусловлено развитой структурой досуга и большим количеством развлекательных и культурных мест проведения досуга. В современном мире молодые люди отдают предпочтение интернет-формам проведения досуга, сокращается интерес к телевидению. Молодые люди склонны к ведению здорового образа жизни, отказу от курения, фаст-фуда и проч.

Итак, можно сказать, что молодые люди, проживающие в столице и крупных городах России, склонны к проведению досуга наиболее модным, передовым, порой, небезопасным способом или же получением новых знаний.

Источники и литература

- 1) Арямова Т. В. Динамика досуговых предпочтений молодежи на рубеже веков. // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2012. - №2
- 2) Вишнякова А.А. Крупный город как среда использования свободного времени молодежи. // Вестник Бурятского государственного университета. – 2012. - №6
- 3) Зайнутдинова А.Р. Современные тенденции формирования досуговых интересов молодежи в условиях трансформации общества. // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. - №8
- 4) Электронный ресурс — URL: <https://regnum.ru/news/society/2170193.html> (Дата обращения: 29.11.2016)