

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ СРЕДА И ДОСУГОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

Е.О. Далимаева

г. Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова, evadali@mail.ru

Цель статьи – исследовать содержание досуговой культуры студентов ВГУ имени П.М. Машерова в региональной социокультурной среде, определить и описать основные тенденции изменения содержания и форм досуговой культуры, наметить проблемное поле актуализации средств и форм воспитательной работы с молодежью.

Ключевые слова: досуговая культура, среда, социокультурная реальность, глобализация.

В толковом словаре русского языка С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой «среда» – это «условия, благоприятные для существования, порождения чего-нибудь» [1, с. 186]. Различные подходы к определению понятия «досуг» представляют результат эволюции взглядов в контексте развития общества: от взглядов этимологического содержания понятия «схолэ» (у Пиндара, Эсхила, Геродота), как вида гуманитарных занятий, до осознания досуговой деятельности как источника общественного прогресса [2, с. 32]. Социальная среда – окружающие человека общественные, материальные, духовные условия его существования и деятельности. Социальная среда в широком смысле (макросреда) охватывает экономику, общественные институты, общественное сознание и культуру» [2, с. 33]. Мы считаем, что социокультурная среда (вуза, города, региона) – часть культурно-образовательного пространства, с помощью которого осуществляется социализация молодежи.

Таким образом, среда – это окружающее человека социальное пространство, которое в целом может рассматриваться как макросреда, а в конкретном смысле как непосредственное социальное окружение, как микросреда, зона непосредственной активности человека, его ближайшего развития и действия. В современных условиях глобализации происходит сближение, нивелировка качественной специфики как макросреды, так и микросреды, уменьшение индивидуальных и национальных черт, проявление стандартизации как в сфере культурных предпочтений человека, так и сфере досуга. Социальное воспитание молодых людей, их творческое, интеллектуальное, духовное развитие осуществляется не только в процессе учебной и трудовой деятельности, но и в период досуга. Социокультурная среда детерминирует как внешние, характерные способы и формы проведения свободного времени, так и внутреннюю смысловую наполненность досуга.

Одной из предпосылок современных изменений социокультурной ситуации в сфере молодежного досуга, являются процессы глобализации. К ним в мировом масштабе относится и функционирование сети Интернет. Развитие ее означает появление новой коммуникационной среды для межличностного и внутригруппового общения.

Для определения черт, характеризующих досуг современного студента, нами был выбран метод глубинного интервью. При помощи глубинного интервью для интервьюера становится возможным установить более доверительные отношения со своим респондентом, благодаря чему появляется перспектива получения уникальной информации, получить которую при помощи других методов практически невозможно. Предпосылкой глубинного интервью не является выборочная методика, а значит, полученные в его процессе результаты невозможно как-либо однозначно спроецировать на более крупную группу людей, с которыми глубинное интервью не проводилось. Таким образом, глубинное интервью может указать исследователю лишь на тенденцию, но никак не на статистику. Проведенное в январе-апреле 2018 года методом глубинного интервью исследование досуга студентов различных факультетов ВГУ имени П.М. Машерова (n = 33, из них 13 студентов 1-2 курса, и 20 студентов представляли 4 курс) позволило выделить следующие черты, характеризующие свободное время современных студентов:

1) Индивидуализация досуга, проявляющаяся в том, что большая часть студентов чаще свободное время проводят в одиночестве, чем в компании друзей или родных. Лишь 30% опрошенных указали, что предпочитают проводить время в непосредственном общении с друзьями, еще 21% – в общении опосредованном, остальные на досуге «отдыхали от всех».

2) Изменение способов проведения досуга в сторону увеличения пассивно-созерцательных видов досуговой деятельности и уменьшения доли творческой, активной, что проявляется в том, что все большую часть свободного времени респонденты тратят на просмотр фильмов и сериалов (причем, согласно самонаблюдению респондентов, доля фильмов уменьшается, а сериалов растет), серфинг в социальных сетях (но социальные сети используются не для общения с друзьями, а для просмотра тематических пабликов и сайтов юмористической направленности), компьютерные игры.

3) Субъективное ощущение уменьшения объема свободного времени, и его использования для подготовки к занятиям или получение дополнительного заработка.

4) Снижение интереса к чтению художественной литературы. Только 3 респондента из опрошенных заявили, что регулярно читают серьезные произведения классической литературы сверх необходимого для подготовки к занятиям. Важный показатель неблагополучия – ухудшение содержания и качества чтения, снижение его продуктивности. Если результаты нашего исследования 2008 года свидетельствовали, что большое место в круге чтения студентов занимает литература сомнительного характера, пропагандирующая насилие, культ денег, страх, пессимизм, имеющая низкое художественное значение. Так, например, в исследовании 2008 года около 17 % студентов в числе своих любимых авторов назвали Д. Донцову, Ю. Шилову, Б. Смол, 13,7 % юношей указали, что предпочитают криминально-тюремную литературу, триллеры, боевики. Читая такую литературу, студенты в своем нравственном развитии в лучшем случае буксуют. А в худшем – деградируют, копируя ее героев. Разрушительная энергия подобных книг усиливает предрасположенность читателей к реальной агрессии и криминальному поведению[3, с. 20]. Однако результаты 2018 года, не претендующие на репрезентативность в силу небольшого объема выборки, демонстрируют сохранение и усугубление данной проблемы, поскольку существенная часть интервьюированных (63%, в основном студенты 4 курса) сказали, что предпочитают читать даже не самостоятельные художественные произведения, а новеллизации компьютерных игр, сериалов, и так называемые «фанфики», – самодельные продолжения известных произведений, в основном – из вселенной «Гарри Поттера» или японского аниме.

5) Формирование культуры «визуального потребления» – предпочитаемым средством получения информации является не чтение, а «смотрение». Самопрезентация тоже происходит через выкладывания различных фото- и видеозарисовок в сеть, репост «мемов» или создание на их основе собственных. Изображения, зрительные ощущения приглашают в мир виртуального, обладая при этом чертами принудительной убедительности, доходчивости и коммуникативности. Это образы рекламы, дизайн, мульти-медиа, компьютерные игры, мода, архитектура, боди-фитнес, макияж, бодибилдинг, фейс-контроль, фотография и видео. Их нельзя считать некоей второстепенной оболочкой виртуальной реальности. Они входят в ее структуру в качестве значимых самодостаточных компонентов и нагружаются особым смыслом. Зафиксировать и описать эти смыслы – одна из основных целей исследовательской программы. Визуальные образы (скорее симулякры) преследуют современного человека повсюду [4, с. 112]. Они прорываются сквозь оболочку индивидуальной защиты и оказывают мощное воздействие на психику. Сфера визуального восприятия превращается в основной канал связи с виртуальной реальностью. Казалось бы, безобидная наружная реклама, убаюкивающий восприятие гладкий дизайн интерьеров и предметов быта, плазменные панели, вещающие по спутниковым каналам в огромных объемах, – все это и есть проникновение виртуальной визуальности в мир человека наших дней.

Таким образом, социокультурная ситуация, в которой находится современный человек, диктует ему определенные каноны потребления, одним из которых является и потребление досуга, «визуальное потребление», по характеристике Джона Урри [5, с. 2]. Современные цифровые технологии, обеспечивая индивида поистине безграничными уникальными возможностями для самореализации, творчества, повышения профессионального уровня и личностного роста, часто становятся средством прокрастинации, бездумного времяпрепровождения, т.н. «зависания», «серфинга», скольжения по поверхности информационных возможностей. Одновременно с увеличением количества потребленной информации нарастает недовольство качеством и традиционными способами проведения досуга. Все респонденты отметили, что они хотели бы что-то изменить в сложившихся вариантах проведения досуга, но большая часть затруднилась с ответом на вопрос, что конкретно они хотели бы изменить.

В целом, происходящая в сфере досуга социализация молодежи пока, в основном, характеризуется процессами стихийности, неуправляемости, что является одной из причин некоторых негативных социальных последствий (рост алкоголизма и наркомании, молодежной преступности и пр.). Сложившаяся ситуация требует создания ряда условий, обеспечивающих возможность хотя бы регулировать свободное время молодежи для формирования более высокого уровня культуры ее досуга. С этой целью в современных условиях становится необходимой разработка новых принципов и методов работы с молодежью, содействующих регулированию ее свободного времени и досуга. Последнее имеет важное практическое значение, поскольку содействует оптимизации процесса воспитания молодежи, формированию у молодых людей более высокого уровня культуры досуга, определенной «досуговой квалификации» [6, с. 142].

Литература

1. С.И.Ожегов, Н.Ю.Шведова. Толковый словарь русского языка (С-Я), – Москва: Издательство "Азъ", 1992. – 506 с.
2. Воспитательная среда университета: традиции и инновации: монография / А. В. Пономарев [и др.]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 408 с.
3. Е.О. Далимаева. Социология образования: учебно-методический комплекс по учебной дисциплине / сост. Е.О. Далимаева. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2016. – 152 с.
4. Н. Е Покровский, Т. И Черняева. Туризм: от социальной теории к практике управления. М.: Логос, 2008. – 367 с.
5. Дж. Урри. Взгляд туриста и глобализация// Массовая культура: современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005.
6. Е. К. Будкина, Ю. В. Будкин. Культура досуга и проблемы социализации современной молодежи.// Научный Вестник МГТУ ГА, №142, серия «История, философия, социология», с. 139-143.

ПОЕЗДКИ ЗА ГРАНИЦУ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ЧЕРТА ЕВРЕЙСКИХ ЖЕНЩИН БЕЛАРУСИ (ВТ. ПОЛ. XIX – НАЧ. XX В.)

Ю.Г. Ермак

г. Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы, yulia.grodno@mail.ru

Цель статьи – рассмотреть поездки женщин иудейского вероисповедания за границу женщин иудейского вероисповедания во второй половине XIX – начале XX веках как социокультурный феномен.

Ключевые слова: женщины иудейского вероисповедания, еврейки, заграничный паспорт, контрабанда