

УДК 317.733+379.8.093

UDC 317.733+379.8.093

## ОСНОВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ УЧАЩЕЙСЯ И СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ

## THE MAIN FEATURES OF USING LEISURE TIME BY STUDENTS

**И. Г. Скорая,**  
*аспирант Института  
социологии НАН Беларуси*

**I. Skoraya,**  
*Postgraduate Student of the Institute  
of Sociology, NAS of Belarus*

Поступила в редакцию 12.04.19.

Received on 12.04.19.

Оказывая влияние на социально-культурные факторы, можно изменять процесс формирования и практического использования культуры досуга. На основе анализа данных прикладных социологических исследований охарактеризованы основные тенденции использования свободного времени учащейся и студенческой молодежью Беларуси. В качестве критериев оценки деятельности в сфере свободного времени использовано понятие «досуговые стратегии». Осуществлена концептуализация данного понятия, охарактеризована роль обозначаемого им феномена досуговой деятельности учащихся и студентов. На основании ведущей потребности стратегиям присвоены условные названия.

*Ключевые слова:* свободное время, молодежь, досуговые стратегии, досуг, учащиеся, студенты.

With the influence on the social-cultural factors, the process of formation and practical use of the culture of leisure can be changed. Based on the analysis of applied sociological research data, the main trends in the use of free time by students and students of Belarus are described. The concept of "leisure strategies" is used as the criteria for evaluating activities in the field of free time. The conceptualization of this concept is implemented. The role of the phenomenon of leisure activities of students is described. Based on the leading need strategies are assigned conventional names.

*Keywords:* free time, youth, leisure strategies, leisure, students.

Молодым людям нужно научиться организовывать свою жизнь так, чтобы не только учеба или работа, но и свободное время были источником жизненного опыта в будущем.

Пространство свободного времени характеризуется объемом, структурой, содержанием, видами деятельности, а также определяется рядом социально-культурных факторов, которые выявлены в результате многочисленных исследований этой сферы жизнедеятельности общества. Воздействуя на эти условия, можно изменять процесс формирования и воспроизводства культуры свободного времени учащейся и студенческой молодежи, так как каждое требование способно оказывать свое влияние на становление ценностных ориентаций личности.

Социально-культурные факторы делятся на общие (неспецифические) и специфические. К общим можно отнести следующие: состав по полу и возрасту, размер семьи, уровень доходов на одного члена семьи,

объем жилой площади, количество и качество государственных услуг, оказываемых населению, образование и т. д.

Специфические факторы оказывают решающее влияние на фонд, макро- и микроструктуры необходимого и свободного времени. К ним относятся, прежде всего, природно-климатические условия, проживание в городе или сельской местности, некоторые национальные особенности уклада жизни. Жизненные цели прямо или косвенно зависят от культурной и социальной атмосферы, существующей в определенном месте проживания.

С учетом общих и специфических факторов, влияющих на досуговую деятельность, автором построена модель взаимодействия системы материальных, организационных и личностных условий, способствующих или препятствующих оптимальному использованию свободного времени индивидом, его нравственному формированию, выбору вида деятельности. Нужно учитывать, что Интернет в современном обществе создает новые возможности для реализации потребностей

и интересов молодых людей в сфере свободного времени (рисунок 1).



Рисунок 1 – Формирование культуры свободного времени молодежи (собственная разработка)

На выбор досуговых видов деятельности оказывают влияние ценности, которые формируются посредством следующих социокультурных факторов: семья, система образования, культурная сфера общества, доминирующая в стране идеология, средства массовой информации, Интернет, реклама и т. д.

Период обучения, студенчества, в котором находится большинство молодых людей, – это время, когда ослабляется контрольно-регулирующая функция семьи, и, с другой стороны, забота о собственной семье и профессиональные обязанности еще не обременяют. В пространстве досуга передаются духовные ценности, происходит передача традиций, стимулируется творчество и реализуется преемственность поколений. Именно в семье как в важнейшем первичном институте социализации закладываются основы личности, ценностные ориентации для построения и осуществления жизненных планов. Одна из основных

функций семьи – трансляционная. Не кто иной, как родители, исходя из собственных представлений, формируют и воспитывают подростков в совокупности нравственных ценностей и норм, духовных потребностей, интересов и склонностей.

Анализ данных (вторичный) прикладных социологических исследований, проведенных в Институте социологии НАН Беларуси в марте 2015 г., в марте и ноябре 2016 г., октябре 2017 г., декабре 2018 г. (N = 2100) с выделением группировки по социальному статусу «учащийся», «студент» явились эмпирической базой данного исследования.

На вопрос: «Какие традиции существуют в Вашей семье?» – ответы респондентов ранжировались следующим образом: навещают родственников (68,1 %), празднуют знаковые семейные торжества (67,3 %), празднуют официальные государственные праздники в кругу семьи (54,3 %). Наименьшее количество респондентов отметили совместное проведение досуга (36,5 %) и за-

нятия, передающиеся из поколения в поколение (7,9 %). Из ответов видно, что для белорусской молодежи семейные традиции в основном ассоциируются с торжествами и застольями. Уделять внимание вопросам досуга, отдыха, оздоровления принято лишь в семьях 35,6 % респондентов. Первый раз культурно-досуговые мероприятия в детстве с родителями, бабушкой, дедушкой посещало 58,4 % респондентов, в то же время с классом (школой) – 64,7 %. Таким образом, первый опыт посещения культурно-досуговых учреждений осуществляется у большинства молодых людей посредством учреждений образования, а не в семье. Традиционный институт социализации – семья не выполняет в полном объеме свою функцию социализации молодежи.

Пол также влияет на структуру досуга. Н. М. Гусейнова и Л. Ф. Боженко приходят к выводу, что важным фактором, определяющим изменение структуры свободного времени, является пол [1; 2].

Практически одинаковое количество девушек и юношей отдыхают дома (80,1 % – девушки; 78,1 % – юноши), девушки больше времени тратят на походы в гости (61,5 % – девушки; 52,8 % – юноши); посещают учреждения

культуры (музеи, театры, концертные залы, кино) (26,5 % – девушки; 15,9 % – юноши); при этом парни чаще выезжают на природу (58,1 % и 48,8 % соответственно) и проводят время в Интернете (48,1 % – юноши; 43,6 % – девушки), увлекаются спортом (23,2 % – юноши; 16,8 % – девушки). Небольшой процент молодежи занимается самообразованием (13,2 %), участвует в общественных и политических мероприятиях (7,3 %). По этим позициям ответы девушек и юношей несколько отличаются, но не существенно (рисунок 2).

Анализ ответов респондентов показал, что у учащейся молодежи в свободное время преобладают виды деятельности рекреационного характера. Уровень дохода также оказывает влияние на распределение свободного времени. Существует прямая зависимость между финансовым положением молодых людей (их семей) и характером проведения досуга. Это проявляется в том, что потребность для активного отдыха у молодежи растет прямо пропорционально росту их материального благополучия. Так, уменьшение количества посещения театров, кино, экскурсий, концертов у 37,1 % респондентов связано с ухудшением материального положения.



Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: «Как вы обычно проводите досуг?»

Далее рассмотрим следующий фактор, который существенным образом определяет специфику и особенности свободного времени – место проживания. Музеи 1–2 раза в полгода посещают 18,7 % – городских и 20,1 % – сельских жителей, не ходят вообще 22,6 % и 15,7 % соответственно. Кинотеатр 1–2 раза в месяц посещают 28,3 % городской и 33,4 % сельской молодежи, 1–2 раза в квартал 27,5 % и 28,4 %; при этом не идут в кино 6,3 % городской и 10,1 % сельской молодежи. Клуб, где проходят занятия по интересам, раз в неделю посещает примерно одинаковое количество молодых людей (2,7 % городских и 2,8 % сельских). Подавляющее большинство городской (73,9 %) и более половины сельской молодежи (51,2 %) не пользуются данными услугами вообще. В спортивный зал, бассейн систематически (раз в неделю) ходят 19,5 % городских и 13,1 % сельских жителей. При этом никогда не посещают 16,3 % горожан и 30,8 % сельчан.

Анализ ответов показал: молодые люди, проживающие в городе, больше заботятся о сохранении и укреплении своего здоровья. Сельская молодежь чаще проводит время в кинотеатре, посещает музеи, несмотря на то, что в сельской местности меньше возможностей. Таким образом, наличие неравных условий проведения свободного времени на разных территориях не всегда влияет на качество досуга.

Результаты исследования демонстрируют преобладание в структуре свободного времени учащейся молодежи видов деятельности рекреационного характера, и сравнительно небольшое количество времени молодые люди отводят на развивающие виды деятельности, наблюдается смещение акцентов на отдых и развлечение.

Различные типологии и классификации досуговой деятельности представлены в трудах В. Н. Пименовой, Г. В. Осипова и Ю. Г. Коваленко, С. Н. Иконниковой и др.

Тема научного дискурса «стратегии досуга» появляется в работах Ю. М. Резника и Е. А. Смирнова, В. С. Магун, К. А. Абульхановой-Славской, Н. Н. Федотова, В. В. Семёнова и Л. А. Коклягина, Н. Ф. Наумова, Е. Н. Даниловой, Н. В. Котельниковой и др.

Ю. М. Резник и Е. А. Смирнов предлагает понимать «жизненную стратегию» как «путь

рационального отношения к жизни», «сознательное планирование и формирование личной жизни человеком посредством постепенного формирования его будущего», одновременно считая, что жизненные стратегии следует рассматривать как феномен личности, «которая объединяет не только рациональные, но и стихийные стороны своей деятельности» [3, с. 173, 174]. Классифицируя стратегии выживания для новой культуры, Е. Н. Данилова подчеркивает активно-достигательное (преследуемое теми, кто полностью настроен на перемены, активно стремится к успеху, живет в настоящем) и пассивно-конформистское (типично для тех, кто чувствует себя неспособным выразить себя в разрушенном мире и ищет поддержку в прошлом) поведение [4, с. 26].

С точки зрения Н. В. Котельниковой, «стратегии досуга молодежи» понимаются как механизмы с помощью которых можно удовлетворить потребности в досуге или возможности достижения целей, в которых молодой человек видит итог своего досугового времяпрепровождения [5].

Исходя из того, что стратегия жизни, как отмечают Ю. М. Резник и Е. А. Смирнов, представляет собой социально-культурно обусловленную концепцию ориентации личности в будущей жизни, которая принята на долгосрочную перспективу, то, по нашему мнению, стратегию досуга следует рассматривать как социокультурную систему, обусловленную ориентацией личности в сфере свободного времени с определенной перспективой. Отталкиваясь от данных определений, досуговую стратегию будем рассматривать как перспективу или определяющее направление видов деятельности, для реализации которых используется весь потенциал этой деятельности. Стратегии досуга разработаны нами исходя из потребности, которая определяется следующими ресурсами: материальные возможности, инфраструктура, личные способности и т. д. Рассмотрев досуговые стратегии учащейся и студенческой молодежи, мы сможем понять и объяснить, как, с помощью каких видов досуговой деятельности молодой человек видит возможным достичь значимых для него целей. При таком подходе к изучению досуга появляется возможность эмпирически определить предпочтения различных ви-

дов деятельности, а также условия, при которых они формируются и осуществляются.

Изучение досуговых стратегий включает в себя не только изучение содержания различных форм и видов досуга, но также выявление интересов и мотивов, которые в конечном итоге определяют наполненность, то есть содержательную сторону видов деятельности. Поэтому недостаточно определить сам тип досуга, то есть его внешнее проявление

(периодичность, продолжительность, частоту), поскольку именно содержание и мотивы указывают на смысловую составляющую деятельности. Но даже раскрытие мотивационного компонента досуговой деятельности, если речь идет только об определенных видах досуга, не дает полной информации, если не принять во внимание их внутреннее взаимодействие и не сосредоточиться на достижении конкретных целей [6].

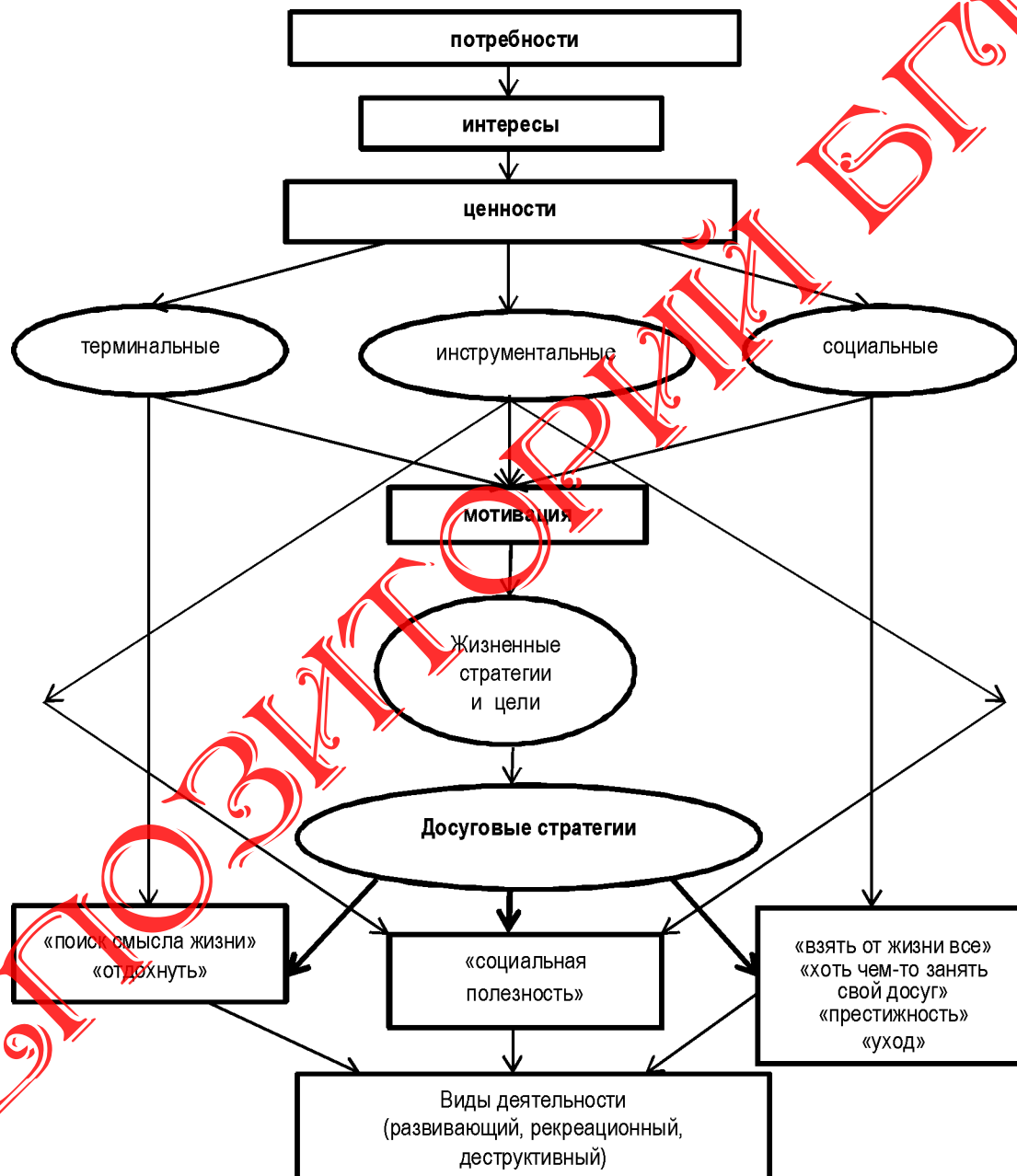


Рисунок 3 – Формирование досуговых стратегий (собственная разработка)



Так как ценности в сфере досуга выступают начальным звеном в формировании мотивов, которые являются способом достижения определенных целей, то выбор в пользу определенных видов досуговой деятельности будет служить маркером досуговых стратегий. В связи с тем, что у каждой стратегии есть ведущая потребность, присвоим условные названия стратегиям. Предлагаемая нами классификация основана на отношении личности к свободному времени, в зависимости от психотипов, выделенных Дж. Роттером: 1) внутренний (интернальный) тип характеризуется высоким уровнем субъективного контроля, что приводит к восприятию любых событий как результату его собственной деятельности и проявления его личностных качеств (таких как целеустремленность, компетентность и т. д.), воспринимает досуг как продолжение личностного становления; 2) внешний (экстернальный) тип характеризуется низким уровнем субъективного контроля, результатом чего становится убежденность, что на успехи и неудачи имеют непосредственное влияние внешние обстоятельства. Такая позиция, снимающая с человека ответственность за свою жизнь, отменяет требование необходимости

постоянного критического контроля над своей деятельностью [7, с. 34].

Характеризуемые досуговые стратегии включают в себя типы и виды деятельности, наполненные различным содержанием, что дает право рассматривать разработанную типологию в качестве авторского решения.

**Заключение.** В формировании ценностей ведущим звеном служат потребности. Ценности выступают исходным начальным элементом в развитии интересов и мотивов, которые задают направление деятельности человека для достижения конкретных целей. Поскольку жизненная практика определяется стратегиями, то выбор в пользу значимых видов деятельности в свободное время явился определяющим в характеристике досуговых стратегий. Основаниями для типологии выступили уровень досуговой активности и преобладающая ориентация личности. Исходя из иерархии потребности – интересы – ценности автором определены следующие досуговые стратегии учащейся и студенческой молодежи, называемые «социальная полезность», «поиск «смысла жизни», «взять от жизни все», «хоть чем-то занять досуг», «отдохнуть», «престижность», «уход».

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Боженко, Л. Ф.* Досуг школьников / Л. Ф. Боженко // Социологические исследования. – 1990. – № 1. – С. 87–88.
2. *Гусейнова, Н. М.* Агротуризм: новые виды досуговой деятельности / Н. А. Гусейнова // Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения. – 2002. – № 4. – С. 44–56.
3. *Резник, Ю. М.* Жизненные стратегии личности (опыт комплексного анализа) / Ю. М. Резник, А. Е. Смирнов; под ред. Ю. М. Резника. – М.: Ин-т человека РАН, Независимый институт гр. общ., 2002. – 260 с.
4. *Данилова, Е. В.* Изменение в социальных идентификациях россиян / Е. В. Данилова // Социологический журнал. – 2000. – № 3. – С. 25–36.
5. *Котельникова, Н. В.* Инновационные тенденции в сфере молодежного досуга в современной России: автореф. дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / Н. В. Котельникова : Ставрополь, 2003. – 24 с.
6. *Салливан, Г.* Теория межличностных отношений и когнитивные теории личности / Г. Салливан, Дж. Роттер, У. Мишел; под ред. Г. Салливан. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. – 128 с.
7. Социологическое исследование «Молодежные стратегии досуга» методом фокус групп // Студопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.info/3-92456.html>. – Дата доступа 30.03.2019.

#### References

1. *Bozhenko, L. F.* Dosug shkolnikov / L. F. Bozhenko // Sotsiologicheskiye issledovaniya. – 1990. – № 1. – S. 87–88.
2. *Guseynova, N. M.* Agroturizm: novyye vidy dosugovoy deyatel'nosti / N. A. Guseynova // Kultura v sovremennom mire: opyt, problemy, resheniya. – 2002. – № 4. – S. 44–56.
3. *Reznik, Yu. M.* Zhiznennyye strategii lichnosti (opyt kompleksnogo analiza) / Yu. M. Reznik, A. Ye. Smirnov; pod red. Yu. M. Reznika. – M.: In-t cheloveka RAN, Nezavisimyy institut gr. obshch., 2002. – 260 s.
4. *Danilova, Ye. N.* Izmeneniye v sotsialnykh identifikatsiyakh rossiyan / Ye. V. Danilova // Sotsiologicheskiy zhurnal. – 2000. – № 3. – S. 25–36.
5. *Kotel'nikova, N. V.* Innovatsionnyye tendentsii v sfere molodozhnogo dosuga v sovremennoy Rossi : avtoref. dis. ... kand. sotsiol. nauk : 22.00.06 / N. V. Kotel'nikova : Stavropol, 2003. – 24 s.
6. *Sullivan, G.* Teoriya mezhl'ichnostnykh otnosheniy i kognitivnyye teorii lichnosti / G. Sullivan, Dzh. Rotter, U. Mishel; pod red. G. Sullivan. – SPb.: Praym-Yevroznaк, 2007. – 128 s.
7. Sotsiologicheskoye issledovaniye "Molodezhnyye strategii dosuga" metodom fokus grupp // Studopediya [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <https://studopedia.info/3-92456.html>. – Data dostupa 30.03.2019.