

УДК 317.733+379.8.093

UDC 317.733+379.8.093

**ДОСУГОВЫЕ СТРАТЕГИИ
УЧАЩЕЙСЯ И СТУДЕНЧЕСКОЙ
МОЛОДЕЖИ****LEISURE STRATEGIES
OF THE PUPILS AND
STUDENTS**

И. Г. Скорая,
аспирант института
социологии НАН Беларуси

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

Поступила в редакцию 19.04.19.

Received on 19.04.19.

На основании обобщения и осмысления социологического эмпирического материала сконструированы стратегии, репрезентирующие досуговую деятельность учащейся и студенческой молодежи Беларуси. Основой типологии стратегий выступили уровень досуговой активности и доминирующая ориентация личности. Поскольку жизненная практика человека формируется стратегиями, то выборы в пользу тех или иных видов деятельности в свободное время явились маркером досуговых стратегий. Осуществлена типологизация этих стратегий на основе их существенных характеристик.

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

On the base of generalization and realizing the sociologic empirical material the author constructs the strategies which represent leisure activity of the pupils and students of Belarus. The base of the strategies typology is presented by the level of leisure activity and the domineering orientation of a person. The vital experience of a person is created by strategies, that is why the choices of the certain activities during free time are the marker of leisure strategies. Typologization of these strategies on the base of their essential characteristics is conducted.

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

Введение. Изучение содержания досугового контента учащейся и студенческой молодежи имеет важное значение в жизни общества, так как качество свободного времени является существенным показателем условий жизнедеятельности. Как основной критерий оценки деятельности современной молодежи автор использует концепцию «стратегии досуга».

Основная часть. Социологическая наука в настоящее время имеет богатый опыт изучения различных форм поведения личности. Особо следует отметить осуществляемые М. Н. Руткевичем, М. Х. Титмой, Э. А. Сааром, Г. А. Чередниченко, В. Н. Шубкиным и др. разработки в этой области, связанные с включением молодежи в социальную структуру.

Характеризуемые в данной работе досуговые стратегии содержат в себе в качестве необходимых компонентов типы и виды деятельности, наполненные различным содержанием. Анализ данных (вторичный) прикладных социологических исследований, проведенных в Институте социологии НАН Беларуси в декабре 2018 г. (N = 2100) с выделением группировки по социальному статусу «учащийся», «студент», явился эмпирической базой данного исследования.

1. Стратегия «социальная полезность» (быть нужным, востребованным, приносить пользу окружающим).

Тип деятельности – *развивающий*.

Виды деятельности: общественно-политический (гуманистически-ориентированный, политически-ориентированный).

Эта стратегия включает в себя такие мероприятия, как участие в работе общественных объединений, благотворительных мероприятий, волонтерство. Данный психотип характеризуется высокой степенью субъективного контроля, который заставляет воспринимать любые события на основе собственной активности и проявления личных качеств (таких как преданность делу, целеустремленность, компетентность и т. д.). Любовь и уважение других важна для этих людей.

Чтобы правильно определить такую стратегию, необходимо установить истинные мотивы перечисленных форм молодежной активности. В этом случае очень важен момент добровольного участия, выбора деятельности по желанию, потому что механизм принуждения для такой деятельности находится в системе мотивов, отличных от поиска и реализации

собственной полезности. Стратегия значима, так как возможность принести пользу обществу в иерархии досуговых ценностей важна большому количеству молодых людей 17,9 %, чем совсем неважно 9,8 %.

2. Стратегия «взять от жизни всё» (почувствовать вкус жизни).

Тип деятельности – *рекреационный, деструктивный*.

Виды деятельности: зрелищно-развлекательный, спортивно-зрелищный, внешне и внутридеструктивный.

Данная стратегия поддерживается ориентацией, что «ты должен попробовать все в этой жизни», и в основном реализуется в развлекательных мероприятиях, таких как посещение дискотек и вечеринок, выезды на природу, игра в казино. Эта стратегия включает в себя опасное для жизни поведение (экстремальные виды спорта) и действия, связанные с нарушением социальных норм, чтобы получить восхищение другими, в том числе посредством Интернета («лайки») (залезание на высоковольтные вышки, экстремальная езда на транспорте и т. д.). В этом психотипе свободное время редко тратится на деятельность, связанную с работой, потому что сильно желание наслаждаться жизнью «до тех пор, пока есть возможность».

Развлекаться, жить для себя («поймать кайф», «оттянуться со вкусом»), не пропустить удовольствия и т. д. – гедонистические стимулы становятся все более приемлемыми с точки зрения морали современного общества. Большое количество работы стало вредной привычкой, таких людей поборники данного психотипа называют «трудоголиками» (то есть их приравнивают к алкоголикам и аналогичным нездоровым типам). Этот сдвиг в отношении к жизни стал почти необратимым в современном обществе. Так, социальные сети для отдыха, развлечения молодые люди используют в три раза чаще, чем для обучения, самореализации (56,7 и 19,5 % соответственно). При этом молодежь в возрасте до 20 лет социальные сети для этой цели применяет гораздо чаще (60,5 % – до 20 лет, 45,6 % – до 30 лет).

3. Стратегия «поиск смысла жизни».

Тип деятельности – *развивающий*.

Виды деятельности: образовательно-развивающий, самодельно-любительский (участие в научно-ориентированных видах деятельности, занятия спортом, музыкой, участие

в художественной самодеятельности, кружки по интересам, самообразование).

Психотип воспринимает досуг как продолжение развития личности, поэтому любая деятельность, которая проводится в свободное время, должна быть лично значимой для индивида. Занятия, выбранные в свободное время, предполагают целесообразность внутреннего контроля. Жить на «холостом ходу» – это не типично для данного человека и обычно заставляет задуматься о своих собственных недостатках.

На основании изучения мотивов деятельности интернет-досуг можно рассматривать как смысловую основу для некоторых молодых людей. Вероятность в свободное время получить новые знания, расширить кругозор важна для более четверти молодых людей – 25,4 %. Часть молодежи с Сетью связывают свои ориентации на большие достижения в жизни: 23,9 % молодых люди в возрасте от 20–29 используют социальные сети для обучения (16–19 лет – 18,9 %). Блоги и форумы в Интернете для обучения, самореализации используют 33,5 %, для профессиональной деятельности 18,7 % респондентов.

В современном обществе информация является важным ресурсом. На новостных интернет-порталах, сайтах узнают новости практически каждый день 24,1 % молодых людей, больше всего в возрасте от 19 до 22 лет, реже пользуется интернет-ресурсом молодежь от 16 до 18 лет (рисунок 1). Городские жители практически в 2,5 раза чаще, чем сельские получают информацию из данного вида источника (26,8 % – город и 11,9 % – село).

Смотрят (читают) блоги на различных интернет-площадках (YouTube, Livejournal и др.) практически каждый день 44,1 % молодежи, не реже 1–2 раз в неделю 26,8 %. Количество молодых людей и девушек несколько отличаются, но не существенно (45,2 % юноши, 42,2 % девушки) (рисунок 2).

4. Стратегия «хоть чем-то занять досуг».

Тип деятельности – *рекреационный, деструктивный*.

Виды деятельности: природно-рекреационный, внешне- и внутридеструктивный (прогулки по городу без определенных целей, «посиделки» во дворах или общежитиях, интернет-игры).

Психотип характеризуется праздной активностью. При такой позиции человек лишается ответственности за свою жизнь, отменяет как требование постоянный критический контроль

за своей деятельностью. Возможность ничего не делать в свободное время важна в иерархии досуговых ценностей 17,5 % молодежи в возрасте от 16 до 29 лет.

Каждый день играют в онлайн-игры 30,3 % молодежи в возрасте от 16 до 30 лет (39,8 %

юноши, 14,8 % девушки), причем больше всего времени проводят за играми 16-летние респонденты (41,3 %) по сравнению с 22-летними (22,1 %), а это прямая угроза разрастания интернет-зависимого поколения в будущем (рисунок 3).

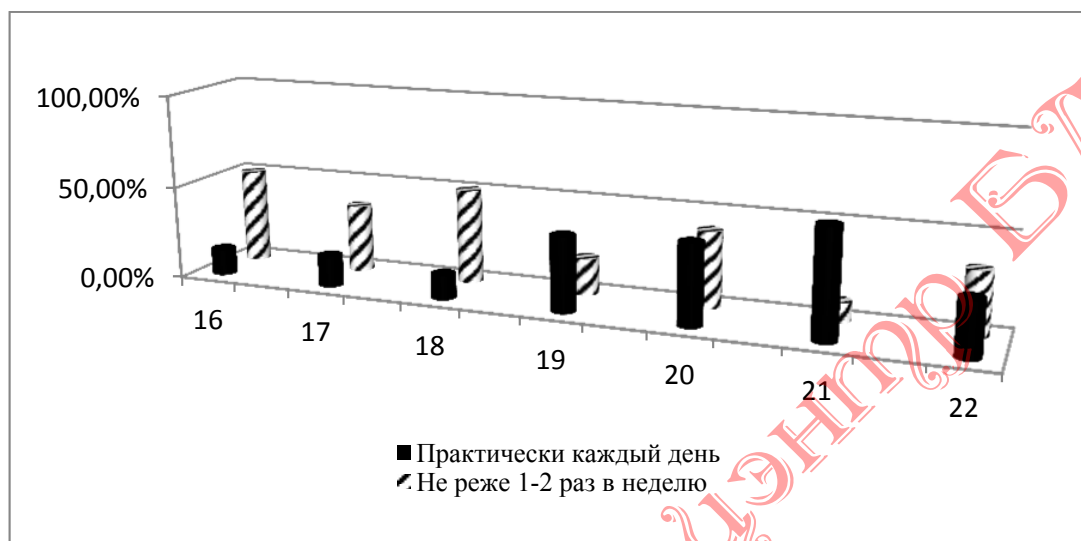


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы читаете новостные интернет-порталы, сайты?»

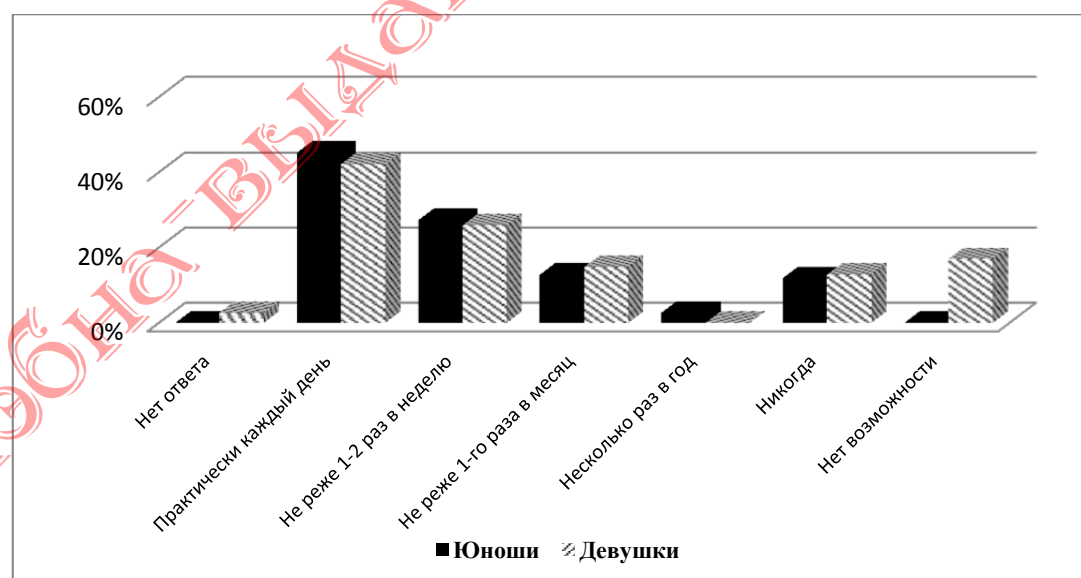


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Как часто Вы смотрите (читаете) блоги на различных интернет-площадках (YouTube, Livejournal и др.)?»

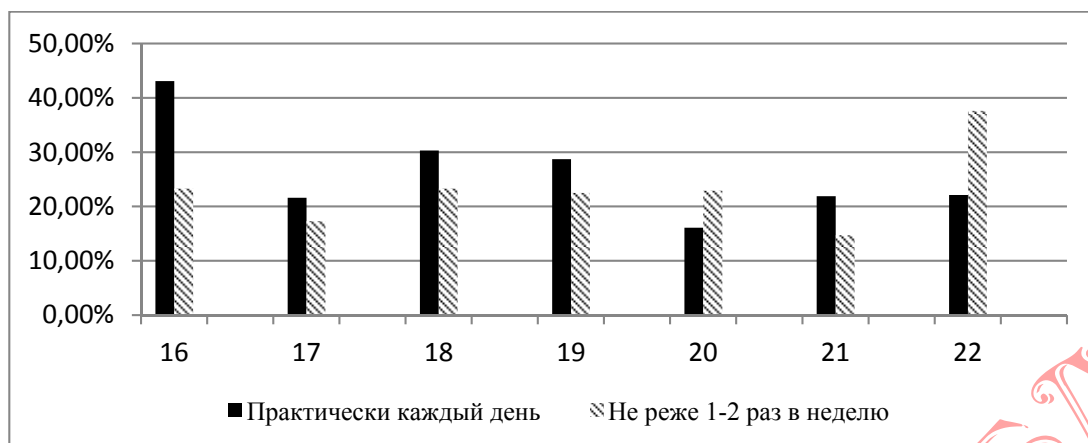


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос
«Как часто Вы играете в онлайн-игры?»

5. Стратегия «отдохнуть».

Типы деятельности – *развивающий, деструктивный*.

Виды деятельности: культурно-художественный, природно-рекреационный, санаторно-оздоровительный, внутридеструктивный.

Целью ориентации является осознание необходимости отдыха, например, после занятий. В качестве отдельных видов досуга, посредством которых реализуется эта стратегия, следует отметить следующее: телевидение, кино, прослушивание музыки, чтение, пустое времяпрепровождение. Этот психотип вместе с не верой в важность собственных усилий для достижения целей формирует поощрительное отношение к любой деятельности, которая ведет к удовольствию. Для отдыха в качестве развлечения Интернет используют более половины молодых людей 56,7 % (58,6 % – юноши, 53,7 % – девушки).

6. Стратегия «престижность».

Типы деятельности – *рекреационный, деструктивный*.

Виды деятельности: зрелищно-развлекательный, спортивный (туристский, спортивно-зрелищный), внешне- и внутридеструктивный.

Среди видов досуга этой стратегии: посещение «продвинутых» клубов и дискотек, туристические поездки, в том числе за границу, увлечение современным (модным) спортом (включая экстремальные виды спорта).

Как отмечают Н. Ф. Наумова и В. З. Роговин, престиж в обществе представляет собой явление, в котором связаны друг с другом «объективная ценность различных видов деятельности и вещей и их субъективные оценки» [1]. Как правило, престижным считается все то, что, по мнению данного человека, свидетельствует о высоком, завидном статусе, предпо-

лагая успех в жизни и благополучии. Главным для этой стратегии является «внешнее» проявление деятельности на досуге. Для молодого человека в этом случае очень важно показать не результаты своей деятельности, а ее саму. Утверждение, восхищение, удивление окружающих людей являются главным стимулом для стратегического направления.

Одним из очень важных ресурсов «престижности», который молодые люди стремятся получить через Интернет, является личная известность. С личной известностью приобретает полный доступ к вниманию людей и появляется стремление и способность управлять ими.

7. Стратегия «уход» («уход» в себя, «уход» от проблем).

Типы деятельности *рекреационный, деструктивный*.

Виды деятельности: зрелищно-развлекательный, внутридеструктивный.

Причиной для разработки и реализации этой стратегии являются потребность общаться и необходимость чувствовать себя неодиноким. Виды деятельности, с помощью которых реализуется эта стратегия, включают в себя следующее: посещение клубов, дискотек, общественных мероприятий (концерты на стадионах и т. д.), соби́рание компаний, Интернет (виртуальное общение). Психотип характеризуется низким уровнем субъективного контроля. Это приводит к убеждению, что внешние условия оказывают непосредственное влияние на успех и неудачи.

Фактором, который определяет деструктивную деятельность, может быть одиночество – психологическое чувство разобщенности и социальной изоляции человека, которое устанавливает внутреннюю позицию, отражающую

несогласия личности с самим собой и неполноценность собственных отношений с миром других людей. Все исследователи согласны в том, что одиночество в самом общем приближении связано с переживанием человека, который отделен от человеческого сообщества, семьи, друзей и т. д. Аксиомой всех современных теорий одиночества, по мнению Н. Е. Покровского, стало осознание того, что физическая изоляция субъекта не всегда сосуществует с одиночеством, наоборот, наиболее остро современный человек чувствует себя одиноко в ситуациях интенсивного, а иногда принудительного общения в городской массе, со своей собственной семьей, в кругу друзей («одиночество в толпе») [2].

Е. Н. Викентьевой удалось выявить значительный процент пользователей Интернета в качестве средства для «ухода» от проблем. Это позицию отметило 30 % от общего числа респондентов [3]. Аналогичные результаты были получены и в другом исследовании Д. Гринфилдом: согласно его результатам, один из трех пользователей Интернета признался, что он скрывается от реальных проблем в Сети [4].

Так как через социальные сети компенсируется недостаток общения в реальной жизни, то многие молодые люди увлекаются Интернетом, чтобы найти друзей. Потребность в общении в качестве одного из основных интересов пользователей Сети называют также Г. О. Перов и С. И. Самыгин [5]. По мнению Е. Н. Викентьевой, «одиночество является одним из факторов, которые побуждают человека тратить все больше и больше времени у монитора» [3, с. 34].

Для общения социальные сети применяют 68,6 % молодых людей, причем в городе, где шире инфраструктура и имеется больше возможностей (кафе, клубы, дискотеки и т. д.), молодежь чаще, чем сельская, проводит время в Интернете (72,1 % – город, 53,2 % – село).

Итак, больше всего молодежь использует социальные сети для общения (68,6 %), на втором месте находится отдых и развлечение (56,7 %) и лишь 19,5 % реализуют для обучения, самореализации (рисунок 4).

Выделенные нами конструкты, несколько условны, так как границы между ними размыты, то есть стратегии могут пересекаться, реализуя различные потребности молодых людей. Поскольку основная особенность стратегий досуга соответствует их динамичности, то обусловлена она следующими причинами:

- конкретной проблемой, которая ориентирована на достижение определенной цели, а по ее достижении (или из-за меняющихся ценностей) стратегии могут измениться, реструктурироваться;
- обстоятельствами, при которых стратегии могут поменяться (например, смена места жительства, снижение доходов или растущая неудовлетворенность жизнью в целом).

Тем не менее каждая выбранная стратегия соответствует конкретным видам деятельности, которые наполнены определенным содержанием. На этом основании мы можем проследить связь между различными видами досуговой деятельности, связанными общей ориентацией на реализацию конкретных потребностей.

Указанные основания позволяют выделить четыре типа досуговых стратегий учащейся и студенческой молодежи (рисунок 5):

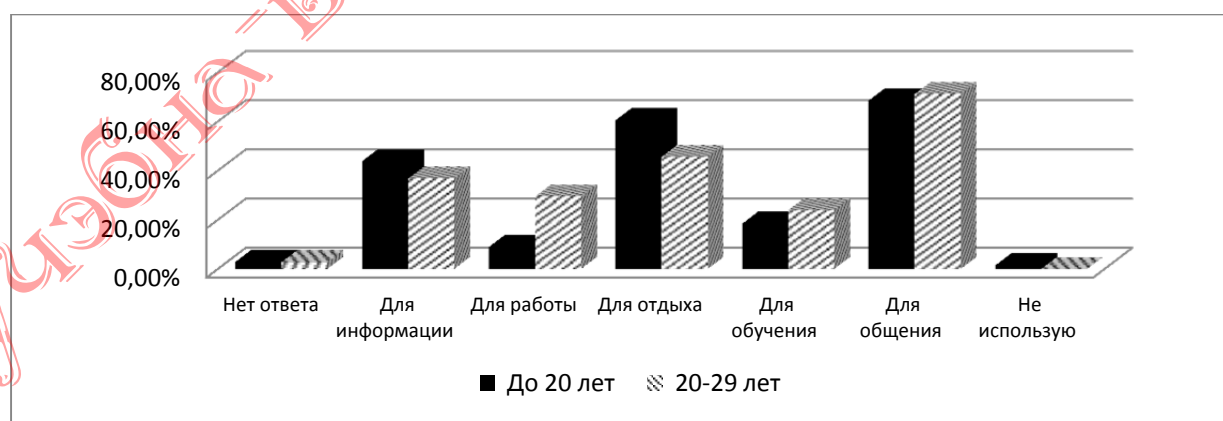


Рисунок 4 – Распределение ответов на вопрос «Для чего Вы используете социальные сети?»

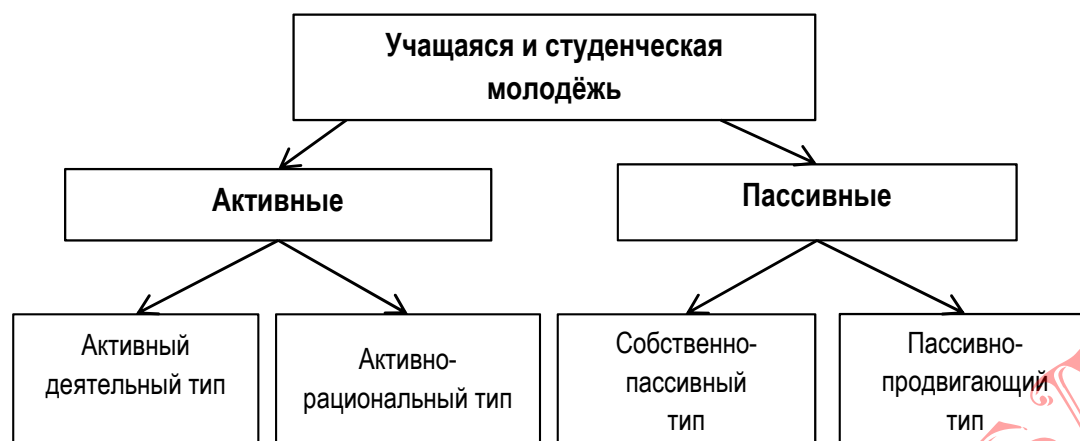


Рисунок 5 – Типы досуговых стратегий учащейся и студенческой молодежи (собственная разработка)

Активные – связаны с ориентацией на активные формы досуга, но с разной целевой направленностью – подразделяются:

- на активно-деятельный тип (отсутствие четко сформулированной цели для достижения значимого результата, социального статуса или какого-либо жизненного успеха посредством реальных достижений в сфере досуга); досуговая стратегия «отдохнуть», «взять от жизни все»;
- активно-рациональный тип (наличие заявленной цели для достижения значимого результата: эти люди нуждаются в разумной организации досуга в соответствии со своими интересами): досуговая стратегия «поиск смысла жизни», «социальная полезность».

Пассивные – связаны с реализацией стратегии посредством пассивных форм досуга – делятся:

- на собственно-пассивный тип (отсутствие указанной цели «продвинуться»); досуговая

стратегия «хоть чем-то занять свой досуг», «уход», «отдохнуть»;

- пассивно-продвигающий тип (наличие сформулированной цели, чтобы повысить значимый статус, но только без сосредоточения на получение результатов на конкретном виде деятельности в свободное время); досуговая стратегия «престижность».

Заключение. Представленная классификация дала возможность выделить четыре типа досуговых стратегий: активно-деятельный, активно-рациональный, собственно-пассивный и пассивно-продвигающий тип. Разработка характеристик особенностей стратегий и типологий досуга будет способствовать прогнозированию и проектированию культуры свободного времени учащейся и студенческой молодежи в типичных ситуациях, поскольку она показывает новый способ социологической диагностики процессов в сфере досугового пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Наумова, Н. Ф. Культура разумного потребления / Н. Ф. Наумова, В. З. Роговин ; под ред. Н. Ф. Наумовой. – М. : Педагогика, 1987. – 124 с.
2. Лапшина, Т. Ю. Психологические особенности переживания одиночества у лиц, находящихся в условиях групповой (тюремной) изоляции : автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19. 00. 06 / Т. Ю. Лапшина. – Ростов-н/Д, 2007. – 27 с.
3. Викентьева, Е. Н. Организационная культура : учеб. пособие для вузов / Е. Н. Викентьева. – М-во образ. Рос. Федерации. Твер. гос. ун-т., 2002. – 145 с.
4. Войскунский, А. Е. Актуальные проблемы зависимости от интернета / А. Е. Войскунский // Психологический журнал. – 2004. – № 1. – С. 45–68.
5. Семпси, Дж. Психонетическая психология: обзор литературы по психологическим и социальным аспектам многопользовательских сред (MUD) в киберпространстве / Дж. Семпси // Гуманитарные исследования в Интернете / Дж. Семпси [и др.] ; под ред. А. Е. Войскунского. – М. : Терра-Можайск, 2000. – С. 77–99.

REFERENCES

1. Naumova, N. F. Kul'tura razumnogo potrebleniya / N. F. Naumova, V. Z. Rogovin ; pod red. N. F. Naumovoj. – M. : Pedagogika, 1987. – 124 s.
2. Lapshina, T. Yu. Psihologicheskie osobennosti perezivaniya odinochestva u lic, nahodyashchihsya v usloviyah gruppovoj (tyuremnoj) izolyacii : avtoref. dis. ... kand. psihol. nauk: 19. 00. 06 / T. Yu. Lapshina. – Rostov-n/D, 2007. – 27 s.
3. Vikent'eva, E. N. Organizacionnaya kul'tura : ucheb. posobie dlya vuzov / E. N. Vikent'eva. – M-vo obraz. Ros. Federacii. Tver. gos. un-t., 2002. – 145 s.
4. Vojskunsij, A. E. Aktual'nye problemy zavisimosti ot interneta / A. E. Vojskunsij // Psihologicheskij zhurnal. – 2004. – № 1. – S. 45–68.
5. Sempsi, Dzh. Psiberneticheskaya psihologiya: obzor literatury po psihologicheskim i social'nym aspektam mnogopol'zovatel'skih sred (MUD) v kiberprostranstve / Dzh. Sempsi // Gumanitarnye issledovaniya v Internetе / Dzh. Sempsi [i dr.] ; pod red. A. E. Vojskunsogo. – M. : Terra-Mozhaysk, 2000. – S. 77–99.