

*С. О. Скосырева (Барнаул)*

## **ХАРАКТЕРИСТИКИ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ СТУДЕНТОВ**

*Научный руководитель — В. А. Артюхина*

Проблема организации эффективного досуга в настоящий момент весьма актуальна, так как молодежь имеет трудности с организацией своей досуговой деятельности, она непродуктивно тратит свободное время. На это влияют социально-экономические, духовно-нравственные и личностные факторы.

В центре внимания данной статьи — студенты, которые являются наиболее перспективной частью молодежи, в связи с тем что наличие потребности в саморазвитии и самосовершенствовании у них выше, чем у других категорий молодежи. По тому, как используется свободное время молодежью, можно определить ее культурный уровень, круг духовных потребностей, интересы личности и социальной группы. В связи с многочисленными изменениями многих сфер жизни общества в социокультурной ситуации имеется ряд негативных явлений: утрата духовно-нравственных ориентиров, отдаленность студентов и людей в целом от культуры и искусства, сокращение организаций и учреждений, ведущих общественную культурно-досуговую деятельность, отсутствие доступных молодежных культурных центров.

Ввиду сложной социально-экономической общественной обстановки в России, безработицы, невнимания со стороны государства, учреждений культуры и местных властей развиваются внеинституциональные формы молодежного досуга. Новые типы досуга молодежи должны всесторонне исследоваться. Это необходимо для оперативного реагирования на изменяющиеся запросы молодежи [1].

Досуговое время — часть свободного времени, которое студент в настоящее время может свободно использовать в силу своих психофизических характеристик. Молодые люди имеют почти полную свободу и добровольно выбирают различные формы досуга — эмоциональные, производственные, игровые, творческие, созерцательные, демократические, а также формы, сочетающие в себе физическую и интеллектуальную деятельность.

Многообразные досуговые формы общения студентов можно классифицировать следующим образом: на основе содержания (развлекательные, познавательные); по времени (регулярные, одноразовые); по характеру (активные, пассивные). Молодежь, в том числе студенческая, является наиболее активным участником досуга, поэтому ак-

туальной задачей становится выявление новых форм досуга, которые могут стать привлекательными для молодежи. Практика показывает, что наряду с традиционными формами досуга, такими как музыка, танцы, телевизионные программы, игры, возникают новые течения и увлечения — хендмейд-сообщества, интернет-общение, сити-квесты [2, с. 59–66]. Однако культурно-досуговые центры не обеспечивают удовлетворение запросов молодежи и не всегда могут строить свою работу таким образом, чтобы учитывать интересы студентов. Поэтому сейчас на основе мониторинга и изучения молодежных настроений организациям нужно оперативно реагировать на запросы, уметь предлагать новые виды и формы досуговых мероприятий. Основная направленность таких центров для молодежи заключается во «включении» студентов в общество. С распространением и расширением таких центров увеличивается и социализирующее действие на группы. Проблема организации досуговой деятельности актуализируется в связи с ее несовершенством и должна решаться по всем направлениям: разработка и планирование досуговых программ, формирование и строительство необходимых современных, концептуальных центров, подготовка кадрового состава, включение проблем досуга в хозяйственный механизм [3, с. 74–75].

Семейно-родительская среда перестает быть приоритетным центром нахождения и проведения досуга для студента. Большинство студентов проводит свой досуг в компании друзей, сверстников, вне дома. Досуг на жизненном этапе юности часто является той единственной сферой, где молодой человек проявляет самостоятельность и руководствуется собственным выбором, в отличие, например, от многих других жизненных вопросов, где молодые люди охотно принимают советы родителей. При этом молодежная среда характеризуется процессом объединения сверстников в группы, приобщением к различным субкультурам, что объясняется высокой нуждой юного человека в эмоциональных контактах.

Для студентов в целом досуг выполняет важные функции: способствует снижению стрессовых воздействий и беспокойств; помогает студенту максимально реализовать свои лучшие качества; способствует формированию позитивной Я-концепции; помогает формировать ценностные ориентации; развивает и формирует личность; удовлетворяет потребности личности; стимулирует веселое настроение, позитивный взгляд на жизнь; способствует выходу из депрессивных состояний.

Досуг является сильным влияющим и социализирующим агентом, поэтому изучается посредством социологических исследований.

Сейчас такие исследования все больше входят в практику некоторых учреждений культуры. С помощью социологических исследований изучаются досуговые предпочтения молодежи [4].

Часть опросов говорит о том, что большинство молодых людей предпочитает спокойный отдых, больше пассивный, чем активный. Только некоторые молодые люди и студенты посвящают свободное время дополнительному образованию, саморазвитию. В ходе исследований наблюдается тенденция некоторой части молодежи к проведению пассивного досуга около телевизора и компьютера, что является неким тормозом для самообразования, саморазвития и творчества.

Наиболее популярный вид досуга среди московской молодежи — встречи с друзьями (26%), петербургской — прогулки (25% против 17% в Москве) [5]. На вопрос: «Чем вы занимаетесь в свободное время?» — наименее популярными среди молодежи оказались варианты ответов о посещениях музеев, концертов, театров, религиозных учреждений. При этом относительно большая часть молодежи ответила, что свободного времени почти нет. Чтение как вид досуга — достаточно популярное занятие в свободное время. Хотя ВЦИОМ отмечает снижение интереса к чтению за последние годы. В основном молодежи интересны такие жанры, как детективы и приключения. Огромной возрастающей популярностью пользуется виртуальное общение в социальных сетях.

Исходя из вышесказанного, отметим, что до сих пор происходит сочетание традиционных и инновационных форм культурно-досуговой деятельности. Любая из форм является стимулом для развития личности, именно через досуг студент формирует ценностные ориентиры, социализируется. И в настоящее время вариантов проведения досуга очень много, необходимо лишь научить и подтолкнуть студента к правильному выбору. В противном случае при попадании в плохую среду в поисках «интересного» досуга развитие личности может прекратиться, деформируется сознание и поведение. Предотвратить это может лишь грамотно организованная досуговая инфраструктура.

### **Библиографический список**

1. Акулич Е. М. Традиционные и инновационные формы молодежного досуга: социальные аспекты : материалы 3-го Всероссийского социологического конгресса. М., 2017.
2. Звоновский В. Б., Луцева С. Досуговые предпочтения молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 5 (61).

3. Монастырская М. В. Культурно-досуговая деятельность торгово-развлекательных центров // Вестник МГУКИ. 2007. № 4.

4. Пресс-выпуск № 1887 ВЦИОМ: онлайн-версия: «Свободное время: как его проводят жители двух столиц?». URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112089> (дата обращения: 20.11.2019).

5. Фонд общественного мнения: Россияне о своем свободном времени. URL: [bd.fom.ru/report/map/d072424](http://bd.fom.ru/report/map/d072424) (дата обращения: 20.11.2019).

*В. В. Струганик (Барнаул)*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ СОВРЕМЕННЫМИ СТУДЕНТАМИ**

*Научный руководитель — В. А. Артюхина*

Сегодня мы можем наблюдать уникальный процесс формирования нового поколения, «поколения социальных сетей». Стремительно развивающиеся интернет-технологии и социальные сети уже стали для современных молодых людей не просто дополнительным удобным инструментом, но и жизненно важной необходимостью [1, с. 150]. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) за 2018 г., максимальный уровень вовлеченности в социальные сети наблюдается среди молодежи — в группе 18–24 года, среди них 91% почти ежедневно пользуются социальными сетями [2].

Практически с самого начала своего существования социальные сети попали в исследовательский фокус психологов, педагогов, социологов, философов, культурологов, политологов и маркетологов. Термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом Джеймсом Барнсом. Существует несколько определений. Во-первых, социальная сеть — платформа, которая необходима для создания, отражения и организации социальных взаимодействий в Интернете. Во-вторых, социальная сеть — диалоговый, с огромным количеством пользователей интернет-ресурс, содержание (контент) которого пополняется самими участниками Сети с возможностью указания личной информации о пользователях [3, с. 378].

Сегодня одной из самых популярных и успешных социальных сетей является «Инстаграм». «Инстаграм» (Instagram) — визуальная социальная сеть, главной особенностью которой является уникальный пользовательский фото- и видеоконтент [3, с. 378]. «Инстаграм»