

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Чмыхова Л.В. Организация досуговой деятельности с молодежной аудиторией в культурно-досуговых учреждениях // Материалы по итогам IV-ой Всероссийской научно-практической конференции «Современная наука в XXI веке: актуальные вопросы, достижения и инновации». – г. Анапа. – 20 – 30 ноября 2021 г. – 0,3 п. л. – URL: http://akademnova.ru/publications_on_the_results_of_the_conferences

СЕКЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Чмыхова Людмила Вячеславовна,
студент 3-го курса, специальность «Социально-культурная
деятельность»

КОГПОАУ «Вятский колледж культуры»
Научный руководитель: **Шиляева Л.Г., преподаватель**
г. Киров, Кировская область,
Российская Федерация

Организация досуговой деятельности с молодежной аудиторией в культурно-досуговых учреждениях

Важнейшим аспектом жизнедеятельности молодежи является досуг, так как именно в данной сфере современная молодежь имеет возможность самореализации, свободы действия посредством выбора места и времени для его проведения. Возрастающий интерес к исследованию досуга молодежи в регионах обуславливается тем, что на данном этапе развития российского общества происходят изменения содержания и структуры досуга под воздействием социально-культурных трансформаций (смены ценностных ориентиров молодежи, развития социальной инфраструктуры, появления новых информационных технологий, новых видов развлечений). Обширные социальные контакты, повседневное разнообразное общение, досуговые предпочтения, создающие тип социальной жизни различных групп современной молодежи, являются одними из важных характеристик избираемого стиля жизни, одними из ключевых параметров самоидентификации молодого человека с определенной социальной группой или средой. Изучение научных подходов и концепций позволяет сделать вывод о широте исследования социальных проблем молодежи, молодежного досуга, а также его специфики как в отечественной, так и зарубежной литературе.

1. Психолого-педагогические и социально-демографические особенности молодежи.

В отечественной социологии проблемы молодежи начали изучаться со второй половины 60-х гг. XX в. Значительный вклад в их изучение внесли известные отечественные социологи – В.Н. Боряз, Л.П. Буева, И.М. Ильинский, В.Ф. Левичева, О.Н. Козлова, И.С. Кон, В.Т. Лисовский, С.Н. Иконникова, П.И. Бабочкин, Е.А. Гришина, Л.Я. Рубина, М.Н. Руткевич, В.Н. Шубкин, Б.А. Ручкин. В работах В.И. Чупрова, Ю.А. Зубок, Е.М. Омельченко, Т.Б. Щепанской, С.И. Левиковой, В.А. Лукова анализируется специфика молодежной культуры, которая имеет значение при исследовании молодежного досуга. В рамках культурологических исследований молодежь рассматривается через процесс отражения в определенных типах культуры. Преобладающим становится анализ подростковых субкультур, молодежного образа и стиля жизни, жизненных планов подростков. К этому направлению относится концепция игровой культуры Й. Хейзинга, а также концепции Г. Гадамера, Г. Гессе, Х. Ортеги-и-Гассета, Е. Финка. Значительный вклад в изучение современного досуга различных социальных групп сделан отечественными учёными: Э.В. Соколовым, Л.И. Михайловой, А.В. Захаровым. Вопросам досуговой жизнедеятельности молодежи, социальной роли досуга, его специфики и характеристики посвящены труды Л.А. Акимовой, И.А. Бутенко, Т.Г. Бутовой, А.Л. Маршак. Под молодежью в настоящее время, в соответствии с действующими нормативными документами РФ, понимаются граждане в возрасте от 14 до 35 лет включительно, то есть социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную часть наших граждан, желающих обеспечить реализацию своих интересов. Для этой социальной группы характерно физиологическое взросление, завершение формирования личности, вступление в основные сферы общественной жизни (экономику, политику, семейные отношения). Молодежь, как определенная фаза, этап жизненного цикла, биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанные с ней социальный статус и социально-психологические особенности, имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации. Молодежь как особая социально-демографическая группа имеет ряд особенностей, вытекающих, прежде всего, из самой ее объективной сущности. Старшая молодежь характеризуется тем, что в этом возрасте на основе личного опыта производственной и семейной жизни, а также участия молодежи в политических отношениях, завершается процесс формирования зрелой личности. Молодые люди этого возраста

играют роль родителей в собственных семьях. Они уже нашли свой путь в жизни. Молодежь принято делить на четыре возрастные группы: подростки (14-16 лет); юношество (17-19 лет); молодежь (20-24 лет); старшая молодежь (25-35 лет). На молодежный возраст приходятся очень важные социальные и демографические события в жизни человека: завершение общего образования, выбор профессии, получение профессионального образования, начало трудовой деятельности, вступление в брак, рождение детей. Границы молодежного возраста подвижны. Они зависят от социально-экономического развития общества, уровня благосостояния и культуры, условий жизни людей. Воздействие этих факторов реально проявляется в продолжительности жизни людей, расширении границ молодежного возраста. Нижняя возрастная граница определяется тем, что именно в этом возрасте человек впервые получает право выбора в социальном плане: продолжить учебу в школе, поступить в технический или гуманитарный колледж, лицей или поступить на работу. К 30-ти годам молодой человек, как правило, уже имеет профессиональное образование, достигает определенных успехов в сфере труда, создает семью, обретает общественный статус. С.Н. Иконникова и В.Т. Лисовский, рассматривая молодежь как поколение, считают, что существенным признаком поколения является не только возраст, но единство убеждений, целей, общность переживания и отношения к жизни. С возрастом поколение не утрачивает социальных черт, воспитанных эпохой. Общность убеждений, интересов, ценностей, стремлений, симпатий – важный показатель позиции молодежи в обществе. В. Чупров отмечает, что «...отличительное социальное качество молодежи... определяется способностью молодого поколения унаследовать и воспроизводить сложившуюся структуру общественных отношений». Особую значимость данной проблеме придают динамизм и противоречивость социально-экономических процессов в нашем обществе в период его реформирования. Наиболее уязвимой социальной группой в этих процессах вновь оказывается молодежь; именно она наименее экономически самостоятельна, наименее консолидирована, испытывает сильный прессинг со стороны различных политических сил и движений, не обладает четкими социальными ориентирами, сама находится в ситуации жизненного самоопределения. В то же время только молодые поколения способны преодолеть идеологические и психологические стереотипы, сформировать новые системы ценностных ориентаций, создать идеалы гражданского общества будущего. Для этого у молодых людей есть все объективные предпосылки: творческий характер мышления и деятельности, высокая социальная и экономическая мобильность, психологическая гибкость, стремление к поискам ответов на вопросы о смысле жизни, желание

практически воплощать в жизнь систему новых ценностей, открытость к восприятию новых нетрадиционных массивов знания. Также одной из основных характеристик современной молодежи является то, что социальные ценности «отцов» утратили практическое значение для детей. Среди ценностных ориентаций молодежи можно выделить интеллектуально-образовательные и культурные ценности. Умственный и творческий потенциал молодежи значительно снизился за последние годы, что является важным фактором, влияющим на формирование их интеллектуально-образовательных ценностей. Свои интеллектуальные и творческие способности молодые люди оценивают крайне низко. В глазах молодежи продолжает падать ценность образования и знаний. Даже студентами овладение знаниями ценится весьма низко. Формирование культурных ценностей молодежи происходит в эпоху информационного общества. Значительную часть досуга молодежи заполняют социальные сети, они выступают как инструмент формирования культурных ценностей и социальных установок. Классическая культура теряет ценностную привлекательность, народная культура считается анахронизмом. Усиливаются процессы стандартизации культурного потребления и досугового поведения. Большая часть молодежи, отдавая дань месту и роли культуры в жизни общества, считает, что сейчас для этого нет условий. Если раньше в потребностях молодежи была ориентация на творческие виды деятельности, то сегодня эти потребности утрачены. Происходит отход от «высокой культуры» к «усреднённым образцам массовой культуры», что отражается на культурных идеалах молодого человека. В молодежной культуре углубляется наличие региональных, национальных, имущественных различий. Молодое поколение выполняет особые социальные функции, которые никто другой выполнить не может. Во-первых, молодёжь наследует достигнутый уровень развития общества и государства и уже сегодня формирует в себе образ будущего, несёт функцию социального воспроизводства, преемственности развития общества. Во-вторых, как и любая социальная группа, молодёжь имеет собственные цели и интересы, которые не всегда полностью совпадают с целями и интересами всего общества. В-третьих, в силу объективных причин молодёжь отличает несформированность ценностных, духовно-нравственных ориентиров и недостаток жизненного опыта, что увеличивает вероятность ошибочного выбора при принятии ответственных решений. С другой стороны, вступая в трудовую и общественную жизнь, молодёжь является главным объектом и субъектом образования, социализации, воспитания и адаптации. В-четвёртых, с одной стороны, молодёжь является главным участником социальной мобильности и экономической инициативы, с другой стороны, ей

присуще неполное включение в существующие социально-экономические и политические отношения. В-пятых, молодёжь – это социальный слой общества, который, с одной стороны, является источником социально-экономического и духовного возрождения России, а с другой – источником пополнения криминала, наркомании, социальной напряжённости.

На уровне досуга молодежная субкультура приобретает конструктивные элементы. Для молодого человека досуг является основной сферой жизнедеятельности, и от удовлетворенности им зависит общая удовлетворенность молодого человека. Общее и профессиональное образование, экономические интересы (заработать деньги) отходят на второй план перед реализацией досуговых потребностей (интересно провести свободное время). Особенность состоит в том, что большинство отечественных субкультур ориентировано на проведение досуга, либо на передачу и распространение какой-то информации. Возрастание роли молодежи в современном обществе, ее влияние на ход социальных, экономических процессов, обострение конкуренции между поколениями, не востребованность у молодежи в период социальных трансформаций большей части опыта старших имели своим следствием оформление в рамках традиционной культуры общества молодежной субкультуры, которую С.И. Левикова характеризует как эзотерическую, эскапистскую, созданную молодыми людьми для себя. Признав молодежную субкультуру как объективно-обусловленную часть социальной реальности, целый ряд российских исследователей сделали попытку ее типологизации. А.В. Толстых классифицировал молодежные субкультуры по направлениям деятельности, выделив группы: - общественно-политические, пропагандирующие определенные общественно-политические взгляды; - радикалов; - эколого-этические; - образа жизни или неформальные молодежные объединения (панки, хиппи и др.); - нетрадиционно-религиозные (сатанисты, культовые группы); - по интересам (филателисты, фанаты).³ В.А. Бабахо, С.И. Левикова в своей типологизации выделяют группы: - объединяющие приверженцев музыкальных вкусов и стилей (металлисты, роллинги, брейкеры, битломаны); - ценностные ориентации, которые имеют некоторый политический и идеологический оттенок (ностальгисты, анархисты, пацифисты, отклонисты, зеленые); - аполитичного, эскапистского характера (хиппи, панки, люди «системы»); - эстетствующие («митьки»); - исповедующие культ мускулов и физической силы («качки»). Можно привести следующие примеры молодежных субкультур XXI века.

1. Ванильки. Единого мнения о происхождении названия субкультуры нет. Одни считают, что это связано со специфическими цветами в одежде, вторые – что дело в любви представительниц этой субкультуры к сладостям, а третьи возводят название к фильму «Ванильное небо». Зародилось это направление в начале 2000-х годов и включает в себя только девушек.

Особенностью субкультуры является создание легкого, довольно женственного облика в пастельных тонах, при этом небрежного, нарочито неаккуратного. Из одежды представительницы этой субкультуры предпочитают футболки с принтом британского флага или различными вариациями надписи «I love...». Любимая обувь «ванилек» – это туфли на каблуках, угги или разноцветные кеды. Типичная прическа – длинная челка на один глаз, свободно распущенные или забранные в неровный, лохматый пучок или шишку волосы. Дополняют образ черные или обычные очки и фотоаппарат.

2. Сталкеры. Расцвет движения сталкеров начался благодаря диггерам, которые были совсем не против обследовать заброшенные заводы, фабрики и просто населенные пункты. Участников движения, которые интересуются именно заброшенными индустриальными строениями на поверхности, стали называть сталкерами. Отличительным знаком сталкеров является знак радиационной защиты на одежде. Это тоже довольно опасное увлечение, поскольку за заброшенными зданиями никто не присматривает, так что шанс получить серьезную травму или погибнуть там велик. Ко всему прочему, российские сталкеры стремятся как можно дольше сохранять в тайне местонахождение своих объектов, что тоже затрудняет оказание помощи в случае несчастья. Такое поведение сталкеров объясняется просто: заброшенный объект после обнаружения местонахождения могут просто разграбить, и ходить туда станет не так интересно, поскольку главная цель таких исследований – съемка атмосферных фотографий и получение эстетического удовольствия. Как и диггеры, большинство сталкеров на фотографиях прячет или затеняет свои лица и лица товарищей, стараясь держать в тайне как информацию о точном местонахождении объектов, так и свои личные данные. Большинство представителей этих двух движений в силу их направленности – молодые люди. Хотя некоторые девушки тоже не прочь побродить по таинственным местам.

3. Компьютерные гики. Субкультура гиков объединяет любителей аниме, фантастики, комиксов, компьютерных технологий, видеоигр и многого другого. Компьютерные гики – небольшая часть этого огромного пласта культуры, объединяющего увлеченных компьютерными технологиями людей. Зачастую они отличные IT-специалисты и хакеры. Отличительной чертой этой

субкультуры является объединение людей разных возрастов и полов. Название произошло от английского слова geek, которое раньше имело не самое приятное значение «ярмарочного уродца». А сейчас оно обозначает очень увлеченного своим хобби человека.

4. Японские и корейские направления. В Японии много субкультур – это и хикикомори, и гяру, и фрутс с вижувал кеем, и многие другие. Но наибольшее распространение получили два направления – лолита и отаку. Лолита – это субкультура, в основу которой легла мода викторианской эпохи, костюмов в стиле рококо и элементов готического стиля. Макияж к такому роскошному наряду делают соответствующий – девушка становится похожей на прелестную фарфоровую куколку. Отаку в переводе с японского языка обозначает «человек, увлекающийся чем-либо». В самой Японии этот термин имеет несколько негативный окрас, соответствуя «фанатику, затворнику». Но во всем мире так называют тех, кто увлекается японскими комиксами манга и смотрит аниме, и слово не означает ничего плохого. В России и странах СНГ имеется синоним – анимешник Отаку стремятся изучить японский язык и культуру, чтобы лучше понимать любимые аниме и мангу, переводить их на родной язык. Часто анимешники занимаются еще и косплеем – шьют и изготавливают точные копии костюмов героев и выступают в них на специальных встречах. Но в последнее время субкультуры, имеющие японское происхождение, начали несколько сдавать позиции под натиском корейской волны. Увлечение корейскими дорамами, играми и музыкальными группами с легкой руки китайских журналистов называют «корейской волной» или Халлю. Началась эта волна еще в 1990-х годах, а к 2020 году превратилась в настоящий корейский шторм. Поклонницы стремятся выглядеть, как их кумиры, одеваются в одежду, как у героев или участников музыкальной группы, пользуются корейской косметикой, изучают язык и культуру этой страны, стремятся посетить ее и вживую увидеть места съемок дорамы или места, значимые для членов музыкальной группы. А.С. Маршак, отмечая необходимость разработки методологической модели социологического изучения молодежной субкультуры российского общества, взял за основу теорию потребностей. Среди особенностей культурных потребностей современной российской молодежи он выделяет то, что она становится более динамичной, активно и последовательно реагирует на интеллектуализацию общественных отношений, изменения в быте и общекультурном уровне жизни. Происходит индивидуализация культурной деятельности. Под влиянием новых социально-экономических процессов происходят значительные изменения в культурном облике современной, которые фиксируются за счет проявления нового отношения к культурным

реалиям, в частности к трудовой деятельности, образованию.⁴ Анализируя состояние современной отечественной молодежной субкультуры, ряд российских социологов отмечают, что доминирующее влияние на нее оказывают факторы, во многом определяющие жизнь российского общества в последнее двадцатилетие. Специфика возраста, а в какой-то мере и всего периода взросления, состоит в порывистости, неустойчивости желаний, нетерпимости, дерзости. Она приводит юношей в однородные по возрасту и социальной принадлежности группы сверстников, удовлетворяющие типичные юношеские потребности в стиле поведения, моде, досуге, межличностном общении. Группы сверстников выполняют социально-психологическую терапевтическую функцию преодоления социального отчуждения. Естественно, в подобных группах складываются собственные культурные нормы и установки, обусловленные в первую очередь эмоционально-чувственным восприятием действительности и юношеским нонконформизмом. На уровне досуговой самореализации молодежную субкультуру отличают следующие тенденции, распространенные с разной степенью интенсивности. - Преимущественно развлекательно-рекреативная направленность. Рекреативно-досуговые ориентации подкрепляются основным содержанием теле- и радиовещания, распространяющего ценности преимущественно массовой культуры. - Вестернизация (американизация) культурных потребностей и интересов. Суть ценностей молодежи: культурный конформизм в рамках неформальной группы общения и неприятие других ценностей и стереотипов. Групповые стереотипы и иерархия ценностей обусловлены половой принадлежностью индивида, уровнем его образования, в определенной мере – местом жительства и национальностью. Индивидуальное поведение молодых людей, проявляясь в прагматизме, жестокости, стремлении к материальному благополучию в ущерб профессиональной самореализации. Приоритет потребительских ориентаций над креативными. По данным опросов студентов петербургских вузов, потребление в рамках художественной культуры заметно превышает креативные установки в социокультурной деятельности. Слабая индивидуализированность и избирательность культуры. Выбор тех или иных культурных ценностей чаще всего связан с групповыми стереотипами достаточно жесткого характера, а также с престижной иерархией ценностей в неформальной (референтной) группе общения. Вне институциональная культурная самореализация. Данные исследований показывают, что досуговая самореализация молодежи осуществляется вне учреждений культуры и относительно заметно обусловлена взаимодействием одного лишь телевидения – наиболее влиятельного институционального источника не

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

только эстетического, но и социализирующего воздействия. Отсутствие этнокультурной самоидентификации. Эта тенденция в высокой мере свойственна, прежде всего, русской молодежи, обусловлена характером гуманитарной социализации в ее институциональных формах. Народная культура большинством молодых людей воспринимается как анахронизм. Именно этническая культура является цементирующим звеном социокультурной трансмиссии. Попытки внесения этнокультурного содержания в процесс социализации в большинстве случаев ограничиваются приобщением к православию, между тем как народные традиции, безусловно, не ограничиваются одними лишь религиозными ценностями. Этнокультурная самоидентификация состоит, прежде всего, в формировании положительных чувств в отношении к истории, традициям своего народа. Говоря о молодежной субкультуре в России, необходимо учитывать наличие существенных региональных и национальных различий. Молодежь, несмотря на определенную и вполне естественную генерационную замкнутость, живет в общем социальном и культурном пространстве, и поэтому кризис общества и его основных институтов не мог не отразиться на содержании и направленности молодежной субкультуры. Именно поэтому так важна разработка любых специальных молодежных программ. Произошедший спад интереса к традиционным формам кружковой самодеятельности привел к созданию условий для возникновения авторских видов объединений художественной направленности с целью распространения практики мастеров, умельцев среди любительских объединений детского, молодежного движения, инвалидов и людей пожилого возраста. Коммерциализация средств массовой информации, в какой-то мере и всей художественной культуры, формирует определенный «образ» субкультуры не в меньшей степени, чем основные агенты социализации – семья и система образования. Ведь именно просмотр телепередач наряду с общением, как уже говорилось, наиболее распространенный вид досуговой самореализации. Во многих своих чертах молодежная субкультура просто повторяет телевизионную субкультуру, которая лепит под себя удобного зрителя. Происходящая реорганизация в культурно-досуговой сфере, ликвидация многих клубных учреждений и изменение их деятельности открыли дорогу для разнообразной работы клубов по интересам в микросоциумах. При целесообразно сформированной педагогической деятельности, имеющей непосредственное влияние на выбор свободного времени подростков и молодежи, происходит развитие организационных и неорганизационных видов и форм самодеятельного творчества. Наибольшей популярностью пользуются традиционные формы любительских объединений и клубов по интересам, где в процессе

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Музыкально- педагогического воспитания формируются и развиваются индивидуальные исполнительские способности личности. Творческие, исполнительские способности развиваются в процессе жизнедеятельности человека, поэтому необходимо создавать такие социальные условия, которые способствуют их формированию. Среди главных и ключевых проблем подростков можно отметить организацию досуга и их поддержку в период взросления. Возникает необходимость формирования служб социально-психологической помощи подросткам и молодежи, а также возможность реализации региональных программ социально-психологической, культурно-образовательной реабилитации. «Нужен клуб профессионалов, нужны энтузиасты клубного дела и, прежде всего, из числа менеджеров социальной сферы, не говоря уже о просто умных людях, способных брать на себя ответственность. В этой связи перспектива пропаганды идеологии социально-культурной работы, обработка механизмов ее внедрения и апробации – задача не только практическая, но и методологическая». В последнее время в России заметно повышается интерес к национальным традициям и праздникам, в проведении которых с удовольствием принимают участие и дети, и взрослые жители микрорайона. Такое сотрудничество способствует вовлечению «неорганизованных» любителей в коллективное времяпрепровождение и является возможностью передачи мастерства старшего поколения младшему. Особым интересом как среди детей, так и взрослого населения пользуются традиционные праздники: «Рождественские посиделки», «Крещенские вечера», «Масленица» и многие другие, проводимые клубами в современных по месту жительства и перенявшими эстафету по организации местных традиций от домов культуры. Социально-педагогическая ценность досуговой деятельности молодежи состоит в том, что она зачастую требует от личности молодого человека иные непрофессиональные ее свойства и качества, стимулирует у нее развитие других сторон творческих способностей, создает благоприятные условия для самовоспитания, самореализации творческого потенциала. Эффективность формирования качеств субъекта творческой деятельности у молодежи в значительной мере зависит от: - целенаправленного включения ее в содержательную деятельность, носящую социально-значимый характер; - от целенаправленного и корректного социально-педагогического регулирования ее культуры творческой деятельности; - от стимулирования у нее потребностей в интенсивном межличностном общении и самообразовании. За последние 10 лет в молодежной среде стала наблюдаться тенденция роста пассивно-созерцательных видов досуговой деятельности (просмотр телепередач и видеofilьмов, посещение ресторанов, эстрадных шоу и спортивных

соревнований) и уменьшение доли творческо-созидательных видов (участие в самодеятельном творчестве, любительской деятельности, техническом творчестве, общественно-политических движениях). Условия для проявления активности молодежи на территории города значительно шире, так как молодым людям предлагается большое количество и средств, и возможностей для проявления себя. Изучение ценностных ориентаций молодежи в сфере досуга предоставляет возможность выявить не только степень ее адаптации к новым социальным условиям, но и ее инновационный потенциал. При анализе динамики ценностных ориентаций молодежи необходимо учитывать действие двух механизмов преемственности и изменчивости.

2.Содержание и формы досуга молодежи

Досуг молодежи существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу ее специфических духовных и физических Типы динамики ценностных ориентаций Сохранение старой системы ценностей субъектом, несмотря на происходящие в обществе перемены Развитие – изменения в ценностно-ориентационной системе личности, когда обогащается внутреннее содержание ценностных ориентаций с помощью механизма адаптации к изменившейся социокультурной среде Состояние индивидуального ценностного вакуума, состояние отчуждения потребностей и присущих ей социально-психологических особенностей. Для молодого человека быть успешным определяется тем, как он проводит свой досуг. Досуг для молодого человека превращается в образ жизни. Молодежный досуг характеризуется следующими специфическими чертами: – преобладание поисковой, творческой активности; – повышенная эмоциональная, физическая подвижность, динамичная смена настроений, зрительная и интеллектуальная восприимчивость; – предпочтение проводить свободное время вне дома в компании сверстников, в коммуникативно насыщенной среде; - стремление к самостоятельности и индивидуальности в выборе форм поведения, друзей, одежды; – самоопределение в сфере любительских занятий, досуговых интересов, стиля самовыражения; – формирование особых молодежных субкультур. Специфической чертой досуга современной молодежи является высокий уровень технической оснащенности. Все чаще социологи отмечают у молодых подмену всех традиционных досуговых занятий «жизнью» в виртуальном пространстве. Интернет формирует новые досуговые увлечения – социальные сети, компьютерные игры. В учреждении культуры надо создать условия, которые будут способствовать включению наибольшего числа молодых людей в культурную деятельность в интересах позитивного развития. Именно поэтому важен правильный выбор формы социально-культурной деятельности, чтобы она максимально отвечала запросам

конкретной части аудитории. Сложившиеся формы социально-культурной деятельности могут быть классифицированы по разным признакам: отдых в будни, в выходные и праздничные дни, формы работы во время отпуска. В зависимости от организации контингента посетителей учреждения культурно-досугового типа различают массовые, групповые, индивидуальные формы работы. Сегодня организацией досуга молодежи занимаются различные организации.

Первая группа – учреждения, предлагающие пассивное потребление, гедонистический досуг: дискотеки, бильярдные, игровые клубы, торгово-развлекательные центры.

Вторая группа учреждений досуга предлагает интеллектуальный досуг в роли зрителя: театры, кинотеатры и киноконцертные залы, музеи, библиотеки, выставочные залы и галереи. Наибольшей популярностью среди практически всех категорий молодежи пользуется просмотр кинофильмов. Посещение кинотеатров стало для молодежи самостоятельной формой потребительского поведения. Более интеллектуальная часть молодежи проводит свободное время, посещая картинные галереи, музеи, библиотеки. В досуговых учреждениях третьей группы организуется активное деятельное спортивное времяпрепровождение. Это спортивные сооружения – стадионы, бассейны, тренажерные залы, парки активного отдыха, аквапарки.

Четвертая группа – учреждения, создающие условия для самостоятельного времяпрепровождения: пункты проката спортивного снаряжения и оборудования, бюро туризма и путешествий. Молодежный туризм – один из видов активного отдыха, он осуществляется, как правило, туристическими организациями по маршрутам. Существуют многочисленные виды и формы туризма (внутренний, международный, организованный, познавательный, водный, горный, автомобильный, пешеходный, спортивный и др.).

Пятая группа – учреждения культуры клубного типа. Основная задача учреждения заключается в развитии: социальной активности и творческого потенциала молодежи; формировании культурных запросов и потребностей; организации разнообразных форм досуга и отдыха; создании условий наиболее полной самореализации личности. Современные учреждения культуры клубного типа являются сферой наибольшего благоприятствования для развития личности: местом, где юноши или девушки приобретают навыки самоутверждения в творчестве, самореализации. Они обеспечивают: – организацию занятий и массовых мероприятий в свободное время для юношей и девушек; – возможность неформального общения, снятия психологического напряжения для молодых людей; – предоставление набора занятий,

обеспечивающего каждому из посетителей возможность наиболее полной реализации досуговой активности; – развитие инициативы и самостоятельности молодежи. В учреждении культуры клубного типа можно выделить 3 блока различных форм организации досуга молодежи. Первый блок – традиционные обобщённые формы организации досуга (массовые, индивидуальные, групповые, коллективные). Второй блок – инновационные формы организации досуга. Например, «библионочь», «тотальный диктант», международные молодёжные обмены, компьютерные игры, мультижанровый лонг-фестиваль, квест, велокарнавал, перформанс, интернет-конкурс, виртуальные экскурсии, книжные ярмарки, фейерверк, цифровые выставки, флешмоб и другие формы. Третий блок – развитие добровольческого (волонтерского) движения

Лофт – переоборудованное под досуговый центр производственное помещение фабрики или склада с сохранением некоторых элементов промышленного дизайна. Слово лофт происходит от англ. Loft, что означает в переводе «чердак». Лофт – хозяйственный чердак или верхняя часть здания промышленного назначения (фабрики, завода, склада), включая бывшие чердаки и технические этажи, переоборудованные под офисные помещения, досуговые центры и жильё. Формат мероприятий в лофтах может быть самым разным. Это не только танцы или караоке – здесь проходят выступления stand up, сольные концерты, спектакли, бардовские выступления, поэтические вечера. Европейские лофт-центры это: 1) площадки для творческих и общественно-значимых проектов; 2) уникальное по своей концепции и сути многофункциональное пространство, предназначенное для проведения лекций, мастер-классов, презентаций, а также творческих встреч. Концепция современных лофт-центров предусматривает создание креативных помещений внутри заброшенных фабрик и заводов для проведения культурных мероприятий, и активного творческого времяпрепровождения; 3) площадка для творческого взаимодействия. Молодежный лофт – это площадь для развития различных музыкальных стилей, где выставляют свои работы молодые художники, дизайнеры, стилисты. Особенностью молодежного лофта является круглогодичный режим работы площади, где комфортно общаться, встречаться, учиться чему-то новому. Цель молодежного лофта – объединение творческой молодежи, активная помощь в творческом росте и становлении личности. Это повышение культурного уровня молодого человека, пропаганда здорового образа жизни, здоровой молодежи. Культурно-массовые мероприятия лофта включают в себя: книжную выставку, концерт молодежных рок-групп, создание творческих объединений.

В качестве примера можно рассмотреть проект «Молодежный лофт «Garage». Он будет открыт в городе Киров. Инициатором настоящего почему это место привлекает молодых людей? нестандартный интерьер отсутствие рекламы, витрин магазинов универсальность за счет разноплановости деятельности проекта выступает физическое лицо, имеющее в распоряжении объем средств, необходимый для реализации проекта. Молодежный лофт «Garage» будет расположен в заброшенном здании ТЦ «Фабрика». Здание будет оборудовано и освещено по технике безопасности. Стиль данного центра будет сделан под гараж. Данных заведений в Кирове мало, например, лофт-бар «Мануфактура», расположенный в здании заброшенной фабрики, танцевальный паб «Станок», открытый в старом здании Станкостроительного завода. Отличительной чертой его будет являться неповторимый стиль. Дизайн помещений так же будет соблюден в одном стиле. В списке услуг: студия современной хореографии, вокальная студия, театральная студия, дизайнерская студия, модельная студия, спортивная секция, песочное шоу. Будут проводиться различные тренинги и курсы, например, курсы игры на гитаре «Мелодия души», курсы «Стиль – отражение тебя», тренинг «Слово – сила и мудрость». Как любой проект, молодежный лофт «Garage» ставит перед собой определенные цели, которые необходимо реализовать в определенные сроки, чтобы двигаться и развиваться дальше. Самая первая цель проекта – это качественное и доступное проведение досуга молодежи.

Атмосферное молодёжное пространство. Это место, где можно полезно и интересно провести досуг. Территория молодёжного пространства будет представлять собой развлекательную площадку для молодёжи. Есть игровая зона (настольные игры), помещение для проведения выставок, семинаров, тренингов, мастер-классов, лекций. Организация творческой зоны (литературной, художественной, музыкальной)

Батл – это вид конкурса, поединок между группами или отдельными участниками с элементами экспромтной борьбы, демонстрации. Батл – это соревнования в каком-либо творческом направлении, проводимые с целью повысить свой рейтинг и продемонстрировать превосходство над соперниками. Чаще всего они устраиваются перед публикой, в общественных местах, и вызывают небывалый азарт у зрителей. В зависимости от жанра искусства участники батла доказывают, кто из них лучше танцует, читает рэп, поет, рисует граффити, выполняет какие-либо другие действия. Одной из популярных форм организации досуга молодежи стали шоу-программы. Они широко вошли в практику учреждений культуры. Молодежь активно принимает участие в различных шоу-программах. Игровое шоу Концертшоу Танцевальное шоу Спортивное шоу Фэшн-шоу Ток-шоу.

Шоу-программа – это развлекательное мероприятие, разыгрывающееся перед публикой. Шоу-программа служит не только для развлечения зрителей, но и для передачи публике идей в виде сценических образов. Иными словами, шоу-программа выполняет функцию трансляции знаний в обществе.

. Ток-шоу (от англ. talk – говорить) – разновидность шоу, в котором участники ведут обсуждение предлагаемых ведущим тем. Как правило, при этом присутствуют зрители, которым предоставляется возможность задать вопрос или высказать своё мнение. Игровое шоу – разновидность шоу, в основе которого лежит игра, проводимая по определённым правилам. Концерт-шоу – вид шоу-программы, в основе которой особо яркий, зрелищный концерт (гала-концерт). Танцевальное шоу – вид шоу-программы, основанный на использовании хореографии. Спортивное шоу – разновидность шоу, основанная на демонстрации какого-либо вида спорта. Фэшн-шоу (с англ. Fashion – стиль, мода) – модное шоу, показ модной одежды, выступление театра моды.

Заключение

Главным типологизирующим фактором, определяющим специфику и качество свободного времени городской молодежи в целом, является общая направленность его досуговой активности. Изменения досуговой практики, происходящие за последние годы, проходят с разной степенью интенсивности для разных социальных групп россиян и, что хотелось бы особо подчеркнуть, для разных возрастных категорий населения России. В результате социологического исследования выделены факторы, влияющие на формирование досуговой деятельности молодёжи, как в позитивных, социально значимых формах, так и в негативных, асоциальных. Значительная часть молодежи ориентирована на так называемый простой, пассивный тип досуговой активности, зачастую подразумевающий домашние формы проведения свободного времени, в ущерб активным формам, но вместе с этим появились инновационные тенденции в сфере молодёжного досуга: интернет и фитнес-культуры. Формы и типы досуга, равно как и отношение к своему свободному времени становятся неотъемлемыми чертами принадлежности к определенному социальному слою. В сложившейся ситуации малообеспеченная молодёжь, проводящая большую часть своего свободного времени в семье и практикующая самые пассивные и примитивные формы досуговой деятельности, оказывается лишенной полноценной социальной жизни и активного содержательного досуга.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Список использованной литературы:

1. Волков, Ю.Г. Социология молодежи / Ю.Г. Волков, В.И. Добреньков.— Ростов-на-Дону, 2001. – С.166-169.- Текст: непосредственный.
2. Маршак, А.Л. Общая социология / А.Л. Маршак. – Москва,2004. – С.243-252.- Текст: непосредственный.
3. Работа культурно-досуговых учреждений с детьми и подростками в современных условиях: методические рекомендации / КОГАУК «Областной Дом народного творчества». – Киров, 2014. – С. 21.- Текст: непосредственный.
4. Социология молодежи: учебник / под ред. В.Т. Лисовского.- Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 1996. – С. 340 .- Текст: непосредственный.
5. Чупров, В.И. Молодежь в обществе риска / В.И. Чупров, Ю.А. Зубок, К. Уильямс. – Москва: Наука, 2003. – С.23.- Текст: непосредственный.
6. Шиляева, Л.Г. Организация досуга молодежи в учреждении культуры / Л.Г. Шиляева. – Киров: КОГАУК «Областной Дом народного творчества», 2021. – 59 с.- Текст: непосредственный.

Опубликовано: 20.11.2021 г.

© Академия педагогических идей «Новация», 2021

© Чмыхова Л.В., 2021