

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Кравчук Т.А.¹, Савчак Д.А.¹, Кравчук А.И.¹, Петкова И.С.¹

¹ ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта», Омск, kravchukt@mail.ru

В статье рассмотрено содержание культурно-развлекательной деятельности студентов. Отмечено, что в настоящее время наблюдается многообразие направлений и форм культурно-развлекательной деятельности молодежи. Вместе с тем имеющееся разнообразие культурно-досуговой деятельности не всегда соответствует интересам и потребностям молодежи. С позиции системного подхода проанализировано мнение студентов об их досуге. Рассмотрено отношение молодежи к имеющимся досуговым мероприятиям в мегаполисе. Конкретизировано наличие свободного времени в недельном цикле. Выделены причины непосещения культурно-развлекательных мероприятий. Впервые определены критерии интересного культурно-развлекательного мероприятия с точки зрения молодежи как потребителя этих услуг: соответствие потребностям молодежи, использование информационных технологий, инновации и разнообразие формата проведения, возможность принимать участие в разработке мероприятия, интерактивная форма проведения, использование зарубежных методик разработки и реализации молодежных мероприятий. Конкретизированы наиболее привлекательные для молодежи виды культурно-досуговой деятельности. Рассмотрено мнение молодежи о тех видах и направлениях культурно-развлекательной деятельности, которых не достаточно в городе Омске. Результаты исследования рекомендуется использовать в государственных и частных организациях, занимающихся организацией культурно-досуговой деятельности молодежи, а также при подготовке специалистов по профильным направлениям подготовки в области организации различного вида досуга.

Ключевые слова: студенческая молодежь, культурно-досуговая деятельность, инновационные формы развлечений.

PRINCIPAL DIRECTIONS OF CULTURAL AND LEISURE ACTIVITIES OF STUDENTS

Kravchuk T.A.¹, Savchak D.A.¹, Kravchuk A.I.¹, Petkova I.S.¹

¹Siberian State University of physical education and sport, Omsk, kravchukt@mail.ru

This paper examines the content of cultural and leisure activities of students. It is important to emphasize that nowadays there are a lot of fields and forms of cultural and entertaining youth activities. At the same time, the available variety of cultural and leisure activities do not always meet the interests and needs of youngsters. From a system perspective the opinion of students on their leisure was analyzed. The youth attitude to the available leisure events in the megalopolis was viewed. Existence of free time in a week cycle was specified. The reasons for not visiting cultural and entertaining activities were given. Criteria of an interesting cultural and leisure event were defined for the first time in the youth terms as the consumer of the service: meeting the needs of the youngsters, using IT, innovations and various types of running events, the opportunity of participating in event creation, an interactive form of the activity, using foreign techniques of activity creation and implementation of youth events. The most attractive for the youth types of cultural and leisure activities are concretized. The youngsters' opinion on those types and fields of cultural and entertaining activities which are insufficient in Omsk was considered. Research findings are recommended to use in the state and private organizations engaged in the organizing cultural and leisure activities of youth, as well as training specialists in the field of organizing different kinds of leisure.

Keywords: student-age youth, cultural and leisure activity, innovative forms of entertainments.

Актуальность исследования. На сегодняшний день одной из важнейших особенностей культурного развития молодого поколения является широкое разнообразие направлений культурно-развлекательной деятельности в области свободного времени молодежи [1, с. 1-13; 2, с. 56-64]. Сфера развлечений является важнейшей составляющей повседневности и необходимой ценностью для молодого поколения, к тому же за годы

экономических перемен страна претерпевала в некотором смысле своеобразную «революцию предпочтений». Это выражалось в существенном расширении у молодежи возможностей заполнения своего досуга, а также в освоении новых возможностей и форм проведения свободного времени [3, с. 45-47].

В связи с изменчивостью макроэкономических условий внешней среды произошли коренные изменения в направлении деятельности культурно-развлекательных учреждений на пути решения задач культурного воспитания молодого поколения [4, с. 220-223]. Поэтому разнообразие направлений культурно-развлекательной деятельности для молодежи на сегодняшний день не всегда соответствует ее интересам и потребностям [5, с. 61-66; 6, с. 439-442].

Проблема исследования – отсутствие современных данных о предпочтениях в проведении развлечений для молодежи, а также о специфике организации этих развлечений.

Объект исследования – досуг молодежи.

Предмет исследования – содержание досуга молодежи.

Цель исследования - выявить предпочтения молодежи в культурно-развлекательной деятельности.

Для решения поставленной цели использовались следующие **задачи исследования**.

1. Рассмотреть современные молодежные формы культурно-развлекательной деятельности.
2. Изучить мнение молодежи о предпочтениях в проведении досуга и инновационных форм развлечений.

Методы исследования: анализ научной и методической литературы; опрос (анкетирование), математическая обработка данных.

Организация исследования: исследование выполнялось на базе кафедры теории и методики туризма и рекреации ФГБОУ ВО «СибГУФК», а также на базе следующих вузов г. Омска: ФГБОУ ВО «ОмГУПС», ФГБОУ ВО «СибАДИ».

Результаты исследования. Контент-анализ в поисковых системах сети Интернет позволил нам выделить в городе Омске наиболее популярные учреждения досуга и развлечений: досуговые центры (163); рестораны, кафе, пиццерии (787); парки культуры и отдыха, пляжи (7); цирки (1); кинотеатры (31); театры, концертные залы (45); музеи, выставки (102), боулинг, бильярд и развлекательные центры (49).

Как правило, весь спектр государственных форм развития развлечений и досуга молодежи сливается в общий массовый досуг всего населения региона, так как молодежный сегмент развлечений в регионе не столь развит для выделения его как отдельной категории. Тем не менее городские государственные объекты занимаются реализацией отдыха

молодежи посредством организации экскурсий, проведением туристских мероприятий, спортивных походов, экспедиций и прочего.

Самыми распространенными в проведении различных форм развлечений для молодежи в г. Омске являются негосударственные учреждения, и, как правило, это горнолыжные базы, спортивные клубы, центры активных развлечений, туристические компании и иные организации, которые занимаются организацией различного рода экскурсий, круизов, культурно-развлекательных мероприятий, осуществляют спортивно-развлекательный отдых, туры выходного дня, а также аренду помещений для отдыха и развлечений потенциальных потребителей. Опять же следует уточнить, что такие формы развлечений применимы как для всего населения, так и для молодежи как отдельной категории с учетом разработки и предоставления продукта, характерного для их досуга и развлечений.

Опрос в виде анкетирования проходил среди студентов 1-5 курсов в возрасте 17-22 лет. Общий объем выборки опроса составил 300 респондентов. Из числа всех респондентов 41% составлял юношей и 59% девушек. Возраст респондентов варьировался следующим образом: 15% - 17-летних, 16% - 18-летних, 23% - 19-летних, 17% - 20-летних, 15% - 21-летних, 14% - 22-летних.

В ходе исследования было выявлено, что большую ценность для молодежи представляют знания (23%), развлечения (22%) и успех (18%). Остальная часть респондентов (12%) предпочитают деньги и получение новых впечатлений. Лишь 6-7% респондентов выделяют ценностью популярность среди сверстников и признание окружающими как специалиста (рис. 1).

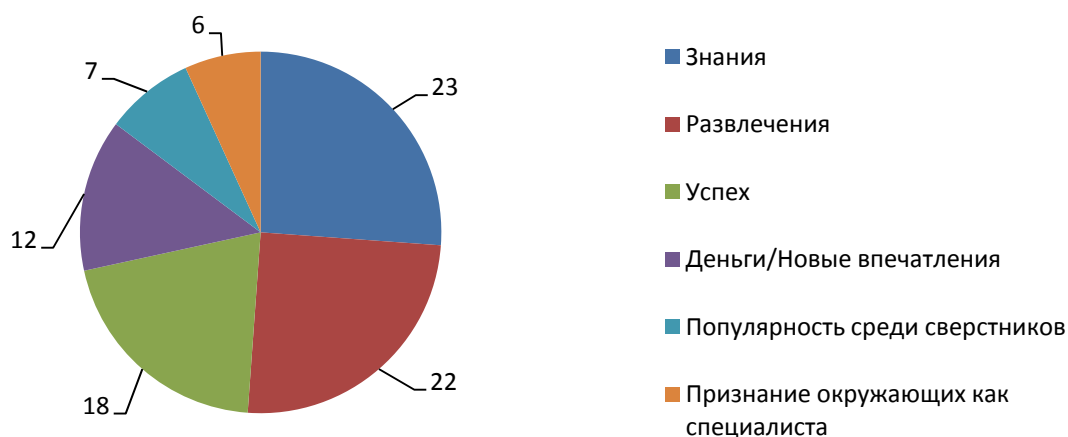


Рис. 1. Жизненные ценности современной молодежи, %

Из вышесказанного следует, что студенты большей ценностью на данный период времени видят поиск и усвоение новых знаний. Также респонденты выделяют развлечения как приятное времяпрепровождение в свободное от учебы время.

Исследование показало, что в среднем большим количеством свободного времени студенты располагают, как правило, в выходные дни. Количество свободного времени здесь варьируется от 2 до 4 часов (32%), и более 5 часов выделили 39% студентов. В будние дни студенты располагают меньшим количеством свободного времени. Таким образом, количество отведенного свободного времени, которым располагают студенты, зависит от времени, которое уходит на занятия в учебных заведениях. Менее 1 часа выделяют 39% студентов и от 1 до 2 часов - 29% респондентов.

В процессе анализа ответов студентов мы выделить тенденцию преобладания «реального» досуга, основанного на занятиях спортом и регулярных встречах с друзьями, над «виртуальным», строящимся на общении в Интернете. Это может говорить о положительной тенденции в пользу «реального» проведения свободного времени молодежью, характеризующегося как оптимальный здоровый досуг.

Также в ходе исследования мы выявили, что вполне удовлетворены проведением своего свободного времени 75% респондентов. Однако имелись и те, кто затруднился с выбором ответа (14%). И самая незначительная часть респондентов была скорее не удовлетворена проведением этого времени либо вовсе не удовлетворена (8 и 3% соответственно).

Согласно частоте посещения развлекательных заведений г. Омска, 29% студентов крайне редко это делают, возможно, это связано с нехваткой времени. Тем не менее 24% посещают 1-2 раза в неделю. Каждую неделю посещает 21% респондентов, остальные 18% посещают развлекательные заведения с частотой в 1-2 раза в месяц. И вовсе не посещают всего лишь 8% студентов. Из этого следует, что основная часть студентов посещает развлекательные заведения г. Омска. Это говорит о том, что молодежь стремится к организованным развлечениям в зависимости от наличия свободного времени.

По всем культурно-развлекательным мероприятиям, которые проводятся в нашем городе, 54% респондентов стараются их посещать и 46% их вовсе не посещают. Далее было выяснено, что 54% респондентов посещают следующие культурно-развлекательные мероприятия: День города, концерты, спартакиады, фестивали, День молодежи, праздничные мероприятия на 1 Мая и 9 Мая, фестивали красок, различные выставки, марафоны, ярмарки, концерты звезд, спортивные мероприятия.

Те, кто не посещает такие мероприятия (46%), указали в числе причин нехватку времени (30%). Вместе с тем 27% опрошенных выделили отсутствие таких мероприятий,

которые были бы им интересны, также 16% не устраивает сам формат проведения. Всего 12% выделили плохую рекламу и отдаленность места проведения. И лишь малая часть респондентов выделили незаинтересованность в таких мероприятиях, отсутствие денег, лень и прочее. Это все говорит о том, что не только время является ограничением в проведении свободного времени, но также и ряд других не менее важных причин. В их числе респонденты отмечали не достаточное количество свободного времени и отсутствие интересующих мероприятий (рис. 2).

Определяя наиболее приемлемую обстановку в проведении развлечений, выяснилось, что оптимальной является небольшая компания (49%). В обществе большого скопления людей предпочитают проводить 24% респондентов. Всего 16% предпочитают одиночество. Наименьшая часть респондентов (11%) не против провести свободное время у компьютера или телевизора, нежели в обществе людей. Все это подчеркивает тот факт, что и современная молодежь в большей массе все же видит приемлемую обстановку в проведении развлечений в обществе людей, что немаловажно на сегодняшний день с наличием интенсивных интернет-коммуникаций в молодежной среде.

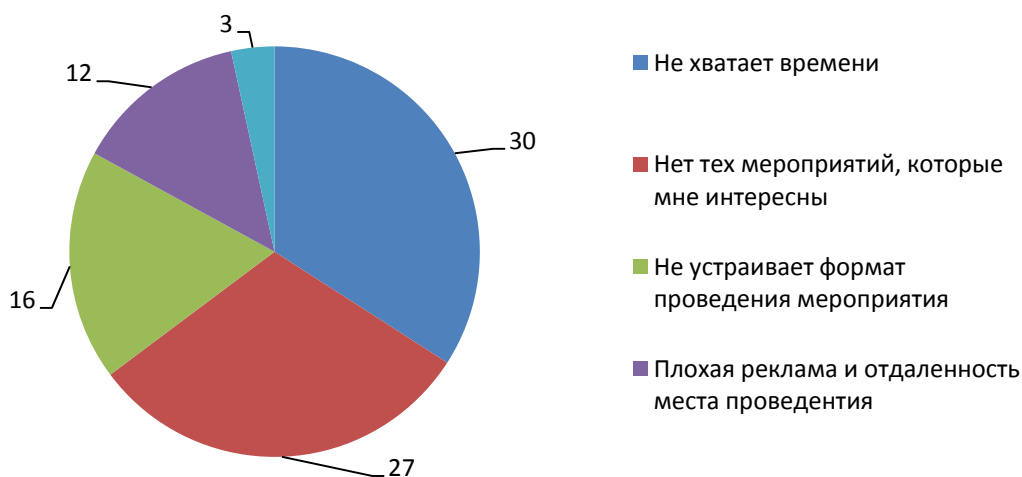


Рис. 2. Причины непосещения культурно-развлекательных мероприятий, %

При выборе места отдыха большинство респондентов ориентируются в первую очередь на наличие уютной атмосферы (24%). Не менее важной является приемлемая стоимость (21%). Также здесь важен контингент посетителей и удобное местоположение. Остальные критерии пользуются меньшей значимостью при выборе места отдыха. Здесь количество респондентов варьируется от 1-10%. В целом основное, на что опираются респонденты при выборе места отдыха, это уют, цена и контингент посетителей (рис. 3).

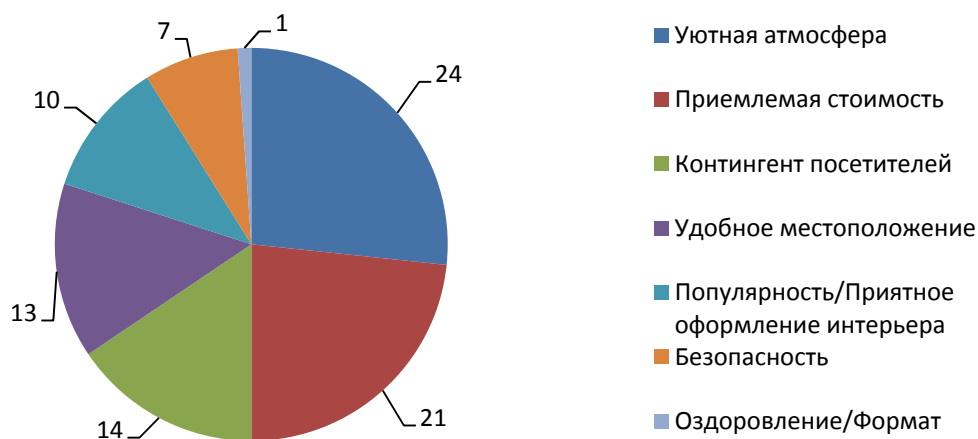


Рис. 3. Критерии выбора места отдыха, %

Разнообразие культурно-развлекательных заведений, представленных в нашем городе, удовлетворяет 38% респондентов. Основная часть респондентов хотели бы большего разнообразия (45%). И лишь 17% не удовлетворены разнообразием подобных заведений. Это говорит о том, что молодежь в большей степени хотела бы видеть такие культурно-развлекательные заведения, которые бы удовлетворяли их потребности и интересы в развлечениях.

Спортивно-оздоровительные формы в культурно-развлекательной деятельности интересуют 42% респондентов, активные формы и квест-игры привлекают 36% студентов. Анимационные мероприятия актуальны для 15% молодежи. Всего 7% студентов отдают предпочтение пассивным формам досуга.

Для того чтобы культурно-развлекательное мероприятие было популярным среди молодежи, оно должно в первую очередь соответствовать ее потребностям. Также, согласно современным запросам молодежи, здесь должны присутствовать информационные технологии. На сегодняшний день актуальным считается внедрение инноваций в досуг, поэтому они тоже рассматриваются как важный критерий во многих современных мероприятиях. Среди имеющегося разнообразия формата проведения мероприятий молодежь все же хочет видеть что-то новое. Важным критерием для молодежи является возможность принимать участие в разработке мероприятия. Вызывают интерес интерактивные и зарубежные методики разработки и реализации мероприятия. Данная динамика позволяет определить наиболее важные критерии, которыми должно обладать культурно-развлекательное мероприятие.

Согласно частоте выбора наиболее высокой оценки по сравнению с самой низкой по балльной системе, были выделены наиболее приемлемые виды культурно-развлекательной деятельности:

1. Оздоровительные мероприятия.
2. Подвижные игры с участием подготовленных и неподготовленных людей.
3. Досуговые церемонии и общение.
4. Логические игры.
5. Атракционы, развивающие ловкость.

Далее респонденты выделили такие виды культурно-развлекательной деятельности, которых, на их взгляд, не достаточно в нашем городе (таблица). Согласно полученным результатам ответы были распределены по следующим блокам: пассивная деятельность, спортивная деятельность, активные развлечения. Респондентами было внесено большинство предложений по активным развлечениям, которые представляют наибольший интерес для молодежи. В основе всей культурно-развлекательной деятельности студенты выделили как обязательный критерий доступность и приемлемую цену. Также респондентами было отмечено, что в принципе хватает всего, необходимо только изменить методы проведения и тематику мероприятий.

Мнения молодежи по культурно-развлекательной деятельности,
которой не достаточно в г. Омске, %

Пассивная деятельность	Спортивная деятельность	Активные развлечения
«Ботанические» мероприятия (интеллектуальные игры, дебаты), соревнования по компьютерным играм Dota 2, CS.GO.	Велоразвлечения - квесты, развлечения по силовым видам спорта – воркаут, кросфит, оздоровительные, по типу «Мама, папа, я – спортивная семья»	Игры на открытом воздухе, активные развлечения для молодежи, парки аттракционов, развлекательные и с юмором, увлекательные, развлекательные спектакли, флешмобы, концерты современных исполнителей, досуговые церемонии, квесты, большие батутные парки, аквапарки, всё на водную тематику, танцевальные, реконструкции исторических сражений, доспешные интерактивные площадки, турниры, тематические вечера, интеллектуальные игры
Недорогостоящие и доступные. Хватает всего, только изменить методы проведения и тематику		

Разработаны практические рекомендации для учреждений сферы физической культуры и спорта, социально-культурного сервиса и туризма по организации инновационных форм развлечений для молодежи, основаны на мнении потенциальных потребителей и обоснованной необходимости процесса организации культурно-развлекательных мероприятий, направлены на совершенствование деятельности данных предприятий, а также увеличение доли предлагаемых услуг для молодежи.

Выводы

1. Развлечения входят в число наиболее значимых жизненных ценностей для молодежи. Количество свободного времени, которое могут себе позволить студенты на отдых, как правило, зависит от недельной учебной нагрузки. Также была выделена тенденция преобладания «реального» досуга, основанного на занятиях спортом и регулярных встречах с друзьями, над «виртуальным», строящимся на общении в Интернете.

2. Согласно частоте посещения культурно-развлекательных заведений г. Омска большая часть студентов крайне редко это делают из-за не столь большого разнообразия в выборе таких заведений, которые бы полностью удовлетворяли их потребности в развлечениях. Вместе с тем большая часть респондентов посещают культурно-развлекательные мероприятия. Те, кто не посещают их, связывают это в первую очередь с нехваткой времени и отсутствием таких мероприятий, которые были бы им интересны.

3. Наиболее предпочитаемой обстановкой в проведении развлечений, как выяснилось, является небольшая компания. При выборе места отдыха большинство респондентов ориентируются в первую очередь на наличие уютной атмосферы и приемлемой стоимости. Также для студентов в культурно-развлекательной деятельности наиболее привлекательными считаются спортивно-оздоровительные и активные формы, а также квест-игры.

4. По мнению молодежи, культурно-развлекательное мероприятие должно обладать следующими критериями:

- соответствие потребностям молодежи,
- использование информационных технологий,
- инновации и разнообразие формата проведения,
- возможность принимать участие в разработке мероприятия,
- интерактивная форма проведения,
- использование зарубежных методик разработки и реализации молодежных мероприятий.

Список литературы

1. Козин С.В. Досуг современной студенческой молодежи // SCI-ARTICLE. - 2015. - № 28. - С. 1-13.
2. Опарин Г.А. Досуг молодежи // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. - 2013. - № 195. - С. 56-64.
3. Лосун К.В. Ценностные ориентации современной молодежи // Гуманитарные научные исследования. - 2015. - № 1. - С. 45-47.

4. Попова А.С. Сфера досуга молодежи в современном мире // Молодой ученый. - 2014. - № 11. - С. 220-223.
5. Кравчук Т.А. Структурно-функциональная модель процесса организации культурно-досуговых мероприятий для молодежи / Т.А. Кравчук, П.И. Флянку // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. - № 4 (46). – Ч. 3. – Апрель. - С. 61-66.
6. Макарьева Е.А. Досуг и развлечения студентов / Е.А. Макарьева, М.А. Сердюкова, Л.П. Колупанова, О.В. Дробышева // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. - 2014. - № 3-1 (8-1). - С. 439-442.