

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное

учреждение высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет педагогики, психологии и
социальных наук

Кафедра «Методология науки,
социальных теорий и технологий»

Направление подготовки 39.03.01 «Социология»

Профиль подготовки: Социология социальной сферы

Форма обучения: очная

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

**«Социологический анализ досуговых предпочтений и практик жителей
Пензенской области»**

Студент

Тарасова Ксения
Юрьевна

Руководитель

Синев Е.Н.

Нормоконтролёр

Синев Е.Н.

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой

Очкина А.В.

подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Удалова Е.С.

подпись

Пенза 2019

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Досуговые предпочтения и практики в контексте изучения социологии.....	6
1.1 Досуг как особый вид деятельности.....	6
1.2 Досуговые практики как предмет изучения социологии.....	12
1.3 Специфика досуговых практик в условиях постиндустриального общества.....	20
Глава 2. Досуговые практики населения Пензенской области.....	25
2.1 Досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области (на основе данных анкетного опроса).....	25
2.2 Досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области (на основе данных интервью).....	43
2.3 Культурные учреждения и культурно-развлекательные заведения города Пензы как места проведения досуга населения.....	52
2.4 Досуговые практики населения Пензенской области (обобщенные результаты проведенного исследования).....	57
Заключение.....	61
Список использованной литературы.....	64
Приложение	

Введение

Одной из важнейших сфер жизнедеятельности современного человека, несомненно, является досуг. В досуговой деятельности индивид в полной мере может проявлять свою свободу от профессиональных и семейно-бытовых обязанностей. В данной сфере ослабляется давление социальных институтов на человека. Ведь он самостоятельно выбирает место, форму и способ проведения свободного времени. В настоящее время досуг выполняет не только рекреационную и развлекательную функции. Он включает разнообразные виды деятельности, способствующие всестороннему развитию человека: социальному, личностному, духовному, физическому. В современном обществе важной функцией культурно-досуговой деятельности является функция приобщения к культуре через сложную систему организации творчества, отдыха и досуга.

Трансформации всех сторон общественной жизни, как во всем мире, так и в России в частности, повлияли и влияют в настоящее время на изменение социокультурной ситуации в сфере досуга. Эти изменения касаются всех категорий населения. Противоречивые, разнонаправленные процессы в политической, социальной и экономической сферах жизни современного общества порождают усиление напряженности и ускорение темпов жизни современного человека. Это требует специальной организации свободного времени для компенсации затраченных моральных и физических сил. Современная сфера культуры и досуга становится важным сектором экономики, приобретающим всеобъемлющие масштабы и содержательное разнообразие.

Тенденции развития современного общества сказываются на содержании досуга. Разработка и внедрение новых технологий, расширение возможностей средств массовой коммуникации и интенсивное развитие социальной инфраструктуры постиндустриального общества влияют на

содержание досуга, обуславливают изменчивость форм деятельности в современном досуге.

Актуальность темы заключается в том, что в настоящее время досуг и досуговая деятельность имеют самоценный характер для человека. Именно в этой сфере он реализует свои социальные, культурные, духовные потребности, выступая в качестве свободной индивидуальности.

На выбор способа и формы проведения свободного времени оказывает влияние множество факторов. Во-первых, внутренние факторы - желания и предпочтения самого человека, возможность распоряжаться своим временем самостоятельно. Главным является не разнообразие в досуговой сфере, а способность человека выбрать то, что ему действительно важно и интересно. Во-вторых, внешние факторы: наличие или отсутствие книг, мест отдыха, культурных, развлекательных учреждений, спортивных сооружений и др. К внешним условиям также относятся материальные возможности индивида, его место жительства, социальная активность в целом.

С одной стороны, в культурно-досуговой сфере появляется большое разнообразие услуг и предложений для удовлетворения потребностей населения в данной сфере. С другой стороны, масштабные размеры приобрело использование компьютерных и интернет-технологий для удовлетворения досуговых потребностей. Поэтому важно изучить досуговые практики населения Пензенской области как типичного представителя субъектов Российской Федерации, но со своими особенностями. В этом заключается актуальность данной работы.

Целью бакалаврской работы является выявление, анализ и характеристика досуговых предпочтений и практик жителей Пензенской области.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Выявить и проанализировать основные подходы к изучению досуга, досуговых предпочтений и практик;

2. Определить особенности досуговых практик населения в постиндустриальном обществе;

3. Провести социологическое исследование для выявления досуговых предпочтений и практик жителей Пензенской области (анкетный опрос и интервью);

4. Выявить зависимость между предпочтениями в сфере досуга и социально-демографическими характеристиками жителей Пензенской области;

5. Определить удовлетворенность/неудовлетворенность досуговых потребностей населения Пензенской области;

6. Изучить предложения в культурной и досугово-развлекательной сферах в Пензе для населения города и области.

Объектом исследования в данной работе выступают жители Пензенской области.

Предметом выступают досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области.

В качестве гипотез выступают предположения о том, что:

1. Молодежь более активна в сфере досуга по сравнению со старшими поколениями;

2. Жители области (по сравнению с жителями города Пензы) в большей степени не удовлетворены разнообразием предложений в сфере досуга в населенных пунктах их проживания.

Для исследования данной темы были выбраны следующие методы: анализ литературы по данной проблематике, сравнение, обобщение, описание, анкетирование, интервью, вторичный анализ документов и др.

Исследование состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Глава 1. Досуговые предпочтения и практики в контексте изучения социологии

1.1 Досуг как особый вид деятельности

Существует множество подходов к определению понятия «досуг». Обозначение досуга как некой совокупности таких категорий как «развлечение», «хобби», «увлечение», «отдых» и других, которое мы используем в повседневной жизни, является недостаточным и не совсем подходит для научного использования.

В научной литературе сложились 3 позиции в проблематике определения досуга. Согласно первой, временной бюджет человека делится на «работу» и «неработу», где нерабочее время отождествляется с досугом. Согласно второй позиции, «свободное время» и «досуг» рассматриваются как одно и то же. Третья позиция гласит, что досуг - это часть свободного времени, из которого исключаются более серьезные занятия человека, связанные с развитием личности; здесь определение досуга больше сводится к развлечениям и отдыху. [35]

В Большой Советской Энциклопедии досуг характеризуется как «часть вне рабочего времени, которая остается у человека после исполнения непреложных непроеизводственных обязанностей (передвижение на работу и с работы, сон, прием пищи и другие виды бытового самообслуживания)».

Можно выделить несколько групп основных видов деятельности, составляющих собственно досуговую деятельность. В первую группу входят учеба и самообразование, представляющие собой комплекс разнообразных форм освоения и изучения культуры в самом широком смысле. В данную группу включаются не только специально организованные процессы учебной деятельности, но и самостоятельная деятельность, способствующая

саморазвитию личности: чтение научной и художественной литературы, прослушивание музыкальных произведений, просмотры фильмов, посещение выставок, музеев, театров и многое другое. Во вторую группу входят различные виды общественной и любительской деятельности. Часто это самодеятельные занятия спортом, туризм, а также различные хобби и увлечения. В третью группу входят различные виды общения с другими индивидами (в семье, с близкими и дальними родственниками, с друзьями и др.). [12]

Собственное определение досуга дает А. А. Грицанов: «Досуг — система различных видов человеческой деятельности, ориентированная на реализацию разнообразных потребностей людей и осуществляемая в свободное время индивида». [22, с. 182]

Досуговая деятельность часто способствует развитию личности. В данной сфере реализуются многие интересы и потребности человека. Поэтому в современном мире досуг приобрел самоценный и самоцельный характер.

Досуговая деятельность обладает своими специфическими чертами и характеристиками. Ее главная особенность – свобода деятельности человека. Личные интересы человека, его склонности, способности и предпочтения играют главную роль в выборе формы проведения досуга, отсутствует давление социальных институтов, и нет жестких социальных рамок и требований.

На основе различных работ исследователей можно выделить следующие признаки досуговой деятельности:

- 1) Возможность распоряжаться свободным временем в собственных интересах;
- 2) Ценность и цельность досуга. Досуговая деятельность — одна из сфер жизнедеятельности человека. Такая деятельность является не средством достижения определенных благ, она представляет собой самостоятельную

часть жизни индивида, где реализуются его культурные, духовные, социальные и другие потребности;

3) Досуг часто способствует всестороннему развитию личности. Отсюда его общественная ценность;

4) Свобода выбора форм, способов и мест проведения свободного времени. Но существуют объективные ограничения, такие как неразвитая инфраструктура, недоступность досуговых мероприятий и т.д.;

5) Возможность и способность менять формы досуговой деятельности по разным причинам (поиск других способов самореализации, несоответствующее эмоциональное состояние, физическое и интеллектуальное напряжение);

6) Поиск удовольствий, разнообразия в досуговой деятельности. Потребности современного человека меняются и усложняются. Поэтому человек постоянно находится в поиске чего-либо нового;

7) Досуговая деятельность носит массовый характер;

8) Доступность различных досуговых практик. Развитие досугово-развлекательной инфраструктуры, распространение информационных технологий способствуют удовлетворению разнообразных потребностей;

9) Стандартизация досуга. Существуют определенные нормы и правила деятельности, которые обеспечивают безопасность общества и окружающей среды;

10) Бескорыстие. Досуговая деятельность направлена на реализацию интересов человека, а не на получение материальных благ. [2]

В научной литературе существуют различные подходы к выделению видов и форм проведения досуга.

В социологии и социальной психологии, как правило, при анализе проведения досуга выделяют его активные и пассивные формы. Активные формы проведения досуга рассматриваются как комплекс деятельностных разновидностей досуга: различные формы межличностного и межгруппового общения, участие в творческих кружках, систематические занятия

физкультурой и спортом. Проведения досуга в пассивных формах представляет собой инертное потребление культуры и ее элементов. Это связано с масштабной распространенностью средств массовой коммуникации и их продуктами (телевидение, Интернет, радио и др.). [22]

Также в научной литературе встречается разделение досуга на обычный и серьезный.

Обычный досуг – это не предполагающая и не требующая специального обучения недолгая приятная деятельность, приносящая удовольствие человеку. Обычный досуг более простой по своей структуре по сравнению с серьезным; он не предполагает совершенство исполнения. Его часто характеризуют как плоский, банальный и мимолетный. К обычному досугу относятся следующие виды деятельности: игра, расслабление (прогулки, дневной сон), пассивные развлечения (просмотр телевизора, чтение журналов, книг), активные развлечения (спортивные занятия, экстремальный спорт).

Серьезный досуг – устойчивое занятие человека, отличающееся многочисленными возможностями и комплексностью исполнения. Особенности серьезного досуга являются: постоянная потребность человека продолжать это занятие, возможность построения карьеры в этой сфере путем приложения больших усилий для достижения поставленных целей, идентификация участника занятия себя с выбранным им видом деятельности. Стоит отметить, что существуют возможность развития и перехода увлечения или хобби в профессию. Наконец, серьезный досуг отличается групповым характером. Это означает изменение формы проведения досуга с течением времени от индивидуального к групповому, удовлетворяющей общие потребности членов группы (они объединяются неформальными и полужформальными связями). [34]

Формы проведения досуга зависят от культурного развития человека, и определяют его ориентацию на «высокую» или массовую культуру. Так, посещение оперного или драматического театра, концертов симфонического

оркестра, галерей, музеев и выставок больше тяготеет к «высокой» культуре. В то же время, посещение шоу-концертов, ночных клубов, кинотеатров, телевидение и популярная музыка характеризуют людей, ориентированных на массовую культуру. Выбор той или иной формы и места проведения досуга зависит от способности и готовности человека воспринимать конкретный вид искусства. Так, массовое искусство своей целью имеет достижение коммерческих успехов, и отличается стандартизацией и усредненностью. «Высокое» искусство предполагает наличие у человека определенных знаний и культурной подготовки, которые помогают ему воспринимать и понимать такое искусство. «Высокое» искусство ориентировано на небольшую группу людей, в отличие от массового.

Досуговая деятельность в настоящее время является полифункциональной.

Условно можно назвать 3 функции досуга, которые определяют его роль и назначение в жизни человека и общества:

- 1) Функция рекреации (отдых, расслабление) – восстановление физических и душевных сил человека, снятие напряжения и утомления;
- 2) Развлекательная функция - получение удовольствия от деятельности, возможность повеселиться, поднять настроение, получить новые эмоции;
- 3) Функция развития - самосовершенствование человека в различных сферах деятельности. [35]

Российский ученый Л.А. Акимова рассматривает функции досуга и рекреации в совокупности. Она определяет следующие функции досуговой деятельности:

- 1) Компенсаторная функция. Возможность человека удовлетворять разнообразные потребности, развивать необходимые и желаемые навыки, умения, способности, задатки;
- 2) Соучастие в процессе естественного отбора. Создавая окружающую среду и культуру, человек участвует в изменении условий жизни. Созданная

им система, комфортная для жизни, не требует особых усилий для выживания.

3) Игровое начало рекреационно-досуговой деятельности. Игра представляет собой деятельность, в которой главным элементом является сам процесс, а не результат. Такая деятельность способствует обучению человека, развитию его мышления посредством моделирования разных ситуаций.

4) Функция социализации. В досуговой деятельности человек взаимодействует с окружающей культурой, потребляет ее элементы, также общается с людьми и формирует свое самосознание;

5) Функция развития. Разностороннее развитие человека в досуговой деятельности: физическое, духовное, культурное, социальное;

6) Ценностно-гедонистическая функция. Чувство собственного достоинства, чувство эмоциональной удовлетворенности, сознание собственной значимости, достижения успеха, реализации поставленных целей;

7) Функция общения. Важной частью досуга является как межличностное, так и межгрупповое общение. Как и в повседневной жизни, в досуговой сфере человек взаимодействует с разными людьми.[2]

Таким образом, досуг и досуговая деятельность предполагают свободную, креативную деятельность, не регламентированную кем-либо. Досуговая деятельность может быть активной или пассивной, обычной или серьезной, ориентированной на массовую или высокую культуру. Досуг выполняет различные функции: от отдыха и расслабления до саморазвития и самообразования. Его содержание обуславливают социально-демографические факторы (пол, возраст, место проживания, семейное и материальное положение человека), индивидуально-личностные характеристики (способности и наклонности, ценностные установки, уровень духовной культуры человека) и условия среды (наличие культурных и развлекательных мест для проведения досуга).

1.2 Досуговые практики как предмет изучения социологии

Одним из главных направлений социологии, занимающимся изучением досуга и досуговых практик, является социология досуга.

Социологией досуга называют отрасль социологической науки, которая изучает поведение социальных групп и людей в свободное время, деятельность системы учреждений культуры, а также различные способы удовлетворения потребностей человека в общении, отдыхе, творчестве, развлечении.

Изучение данной проблематики требует обращения к различным подходам, раскрывающим особые аспекты досуга, его форму и особенности.

Структурно-функциональное направление в социологии акцентирует внимание на всестороннем анализе современных социальных институтов в сфере досуга, системы межпоколенческих взаимодействий и взаимоотношений в рамках учреждений образования и культуры.

Г. Спенсер считал, что свободное время должно представлять собой наполненную определенным содержанием и смыслом деятельность. Он большое значение придавал моральному содержанию поведения и особенно досуговой деятельности и взаимодействия индивидов при организации досуговых мероприятий. [32]

Э. Дюркгейм, анализируя проблему связи общественной морали и свободного времени, считал норму основным регулятором поведения людей. Досуг, по его мнению, выполняет функцию восстановления энергии, потраченной человеком на труд, и играет роль вспомогательного элемента. [14]

Немецкий социолог М. Вебер соотносил досуг с проявлением рациональности и социальным действием, ориентирующимся на действия других людей. Он в своих работах анализировал свободное время в рамках

свойственной капиталистическому обществу традиции рассмотрения проблемы через рациональность и идею – «время-деньги». [8]

В зарубежной исследовательской практике направление по изучению досуга разворачивалось и разворачивается значительно масштабнее, чем в отечественной.

В настоящее время в изучении феномена досуга одно из значимых мест занимает французская социологическая школа. Ее представитель Ж. Дюмазедье в своей концепции опирается на то, что массовый досуг является базисным компонентом современной цивилизации. Самоценность досуга позволяет рассматривать его в качестве независимого, самостоятельного фактора развития духовной и материальной жизни современного общества. Досуг в современном обществе не может быть только подготовкой к труду, «приложением» к нему или отдыхом от трудовой деятельности. Именно автоматизация досуга, изменение отношения к нему, особенно среди молодежи, демонстрируют изменения в образе жизни общества и являются показателем наступления «цивилизации досуга». [13]

Культурологическое направление исследует досуг человека через анализ характеристик конкретного типа культуры. Детальному анализу подвергаются различные субкультуры, многообразие стилей и образов жизни, ценностные установки и планы жизни. Данный подход проявляется в работах Й. Хейзинга (теория игровой культуры), Г. Гадамера, Г. Гессе, Х. Ортега-и-Гассета, Е. Финка.

Методологическое направление в современной российской социологической науке представлено в работах Н. Мельниковой, Д. Иванова, А. Петровой, С. Цымбаленко, И. Соколовой и др., где исследуется воздействие процессов информатизации на различные сферы жизнедеятельности людей. Влияние информационных технологий на трансформацию современного российского общества сформировало новые подходы к анализу проблем образа и стиля жизни людей информационного общества.

Л.И. Михайлова считает досуг частью свободного времени, выделяя рекреационную функцию досуга как основную, которая направлена на развлечения и отдых. Она выделяет как самостоятельную, более «возвышенную» разновидность деятельности, которая способствует самосовершенствованию и развитию современной личности. К данной деятельности она относит учебную деятельность, творчество, занятия в различных кружках и секциях, а также самообразование. [16]

А.В. Захаров полагает, что в современном обществе ценностные ориентации смещаются из сферы трудовой деятельности в сферу потребления досуга и развлечения. Это изменяет содержание и характер современных развлечений, делая их массовыми и публичными. По его мнению, в современном обществе индустрия развлечений способна охватить практически каждого человека с помощью новейших технологий. Поэтому вся современная культура скоро будет представлять только «развлечение». Трансформация досуговых практик порождает тенденцию формирования особых универсальных культурных кодов, а не способствует сохранению традиционной досуговой деятельности на основе индивидуальных предпочтений, систем ценностей и т.п. [23]

До недавнего времени отечественная социология не имела концептуальных наработок и масштабных исследовательских программ по проблематике досуга. Сфера досуга изучалась как одна из составляющих образа жизни и свободного времени в контексте более широких проектов. В настоящее время интерес к теме досуга у отечественных исследователей усиливается на фоне социокультурных изменений в обществе. Досуг становится значимым критерием качества жизни, показателем социального самочувствия граждан, возрастает ценностное значение досуга. Уровень благополучия населения в определенной степени и отражает развитие культурно-досуговой сферы.

Отечественные исследования досуговых практик в основном осуществляются на основе следующих методологических подходов: институциональном, деятельностном, аксиологическом. [28]

В контексте институционального подхода к данной проблематике под социальным институтом понимается устойчивая форма организации социальной жизни и совместной деятельности людей. Признаки социального института обнаруживаются в таких досуговых практиках, как занятия физической культурой и спортом, учеба, культурное потребление, институциональные развлечения и туризм, коллективное творчество. К социальному институту обычно относят также самостоятельную деятельность и лично регулируемую деятельность: самообразование, индивидуальное творчество, самостоятельные занятия физкультурой, воспитание детей, садоводство, коммуникации и встречи в дружеских компаниях, участие в неформальных объединениях, пассивный отдых.

Однако частная жизнь человека менее институционализирована и регламентирована. А непосредственно свободное время нельзя назвать ни социальным институтом, ни социальной организацией, но именно на него направлены многие институты и организации.

С одной стороны, досуговые институты предоставляют выбор человеку, а с другой – оказывают помощь в поиске желаемого в сфере досуга. Так, по данным исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения (далее ВЦИОМ), общественные места отдыха начали приобретать все большую популярность среди жителей России. По результатам опросов 2006-2016 гг. процентное соотношение респондентов, указавших то, что они в течение последнего месяца посещали выставки выросло в пять раз (с 2 до 10% соответственно), концерты – в четыре раза (с 2 до 8%), посетили театр и кинотеатр – в два раза (с 5 до 11% и с 10 до 22%). [23]

Более влиятельным, востребованным и массовым становится социальный институт игр и развлечений. Современный человек, часто

подверженный стрессам, пытается найти выход в разнообразии институциональных развлечений. Досуг превращается в сегмент экономики, сфера развлечений и производство культуры трансформируются в экономическую отрасль.

Деятельностный подход подразумевает под досугом систему некоторых видов деятельности – рекреационной, развлекательной, культурной и т.д. Осуществляемая в свободное время деятельность противопоставима трудовой; ее характерной чертой становится свобода выбора, противоположная необходимости трудиться. В данном контексте имеется в виду досуговая деятельность.

Если еще в XX веке насчитывалось более 600 видов занятий, реализуемых на досуге, то в современном мире это разнообразие увеличивается посредством возникновения качественно новых видов досуговой деятельности и трансформации традиционных видов досуга.

Воспитание детей и занятие домашними делами всегда занимали значимую часть свободного времени жителей России (40% в 2005 г., 47% в 2010 г.) Сегодня подобные практики также остаются популярными и актуальными (60% в 2017 г.). Увеличилось число предпочитающих отдых на природе: в 2010 г. – 17%, а в 2017 г. – 34%. 30% респондентов предпочитают проводить досуг с друзьями. Компьютер и Интернет сегодня занимают свою часть свободного времени: в 2005 г. – 5%, в 2017 г. – 21%, причем среди молодежи (18–24 лет – 44%). Любопытно, что ТВ и радио теряют привлекательность: в 2010 году 63% граждан тратили на эти занятия большую часть свободного времени, а в 2017 - 29%. [9]

На основе данного подхода можно выделить несколько разновидностей досуговой деятельности:

1. Интеллектуальная, умственная деятельность, связанная с усвоением новых знаний, обновлением устаревших. Включает посещение курсов, саморазвитие, творчество, чтение и т.д.

По результатам исследований ВЦИОМ, со временем увеличивается численность населения, выбирающих в качестве занятия проведения свободного времени - получение дополнительного образования, повышения квалификации: 8% респондентов в 2017 г. против 4% в 2008 г. Около четверти граждан в свободное время предпочитают чтение книг (24% в 2010 г, 23% в 2017 г.), а чтение газет и журналов теряют свою популярность: в 2017 г. 9% респондентов против 35% в 2010 г.

2. Физическая активность, подразумевающая занятия спортом, фитнес, прогулки и пробежки, любительские игры, участие в соревнованиях и др.

В последние годы спорт становится популярнее. Это связано, с одной стороны, с условной бесплатностью данного вида времяпрепровождения, а с другой – с увеличением числа способов и форм физической активности. К 2017 году, по сравнению с 2008 годом, вырос интерес россиян к спорту и здоровому образу жизни: спортклубы, секции, тренировки в 2017 г. посещали 12% респондентов, а в 2008 около 5% респондентов. [3]

3. Отдых и развлечения, являющиеся самым сложно структурируемым и разнообразным видом деятельности, характеризующийся, главным образом, рекреационно-развлекательным характером и преобладанием потребительских практик над производственными. В настоящее время активно расширяется индустрия отдыха и развлечений, предлагается множество способов проведения свободного времени.

Аксиологический подход основывается на признании ценности досуга и свободного времени. Социологи фиксируют стремительный взлет ценности досуга с 1950-х годов. Помимо того, что досуг приобретает независимость и самооценность по отношению к трудовой деятельности, появляется тенденция в предпочтении некоторой части населения меньше зарабатывать, но иметь больше свободного времени.

В 2014 году ВЦИОМ проводил исследование с целью выявления наиболее важных сфер жизни для населения России. На вопрос о том, какие сферы жизни и в какой степени важны, 82% респондентов ответили: «Дело,

профессия, работа», а «свободное время, отдых, развлечения» – указали 84% опрошенных. В структуре ценностей респондентов досуг для большинства из них оказался достаточно важным: «очень важным» для 45% и «скорее важным» для 38% опрошенных. [7]

В связи с быстрыми темпами развития общества в настоящее время существует потребность в поиске новых методологических подходов для изучения досуговой деятельности. В современных исследованиях должны учитываться факторы, влияющие на изменение содержания досуговой деятельности: научно-технический прогресс и связанные с ним появление и распространение разнообразных технологий, влияние глобализации, расширение досуговой инфраструктуры и превращение ее в значительный субъект рынка, а также изменение представлений о досуге и его ценности.

По мнению Дж. Урри, «в то время, когда изобрели Интернет, сложно было предположить, как он преобразует бесчисленные аспекты общественной жизни, внедряясь в нее намного скорее, чем любая предыдущая технология. Не успело сказаться влияние Интернета, как еще одна технология – мобильный телефон – преобразовала практики коммуникации «в движении»». [39, с. 136] Благодаря разнообразным цифровым технологиям люди становятся «ближе», «исчезает» территориальная дистанция. А с современными средствами коммуникации пространство перестает играть определяющую роль в общении и взаимодействии людей. [5]

Такие условия сказываются на досуговых практиках, их содержании, а также на критериях и способах его изучения. Социокультурная ситуация, сложившаяся в настоящее время, порождает протекание неоднозначных процессов в сфере досуга с точки зрения воздействия на личность. Ставится исследовательская и практическая задача по вопросам организации досуга в интересах человека и общества. Решение этой задачи зависит от исследования реально происходящего в сфере досуга, как и кем оно конструируется, чьи интересы в этой сфере учитываются.

Таким образом, досуговые практики как предмет изучения являются достаточно популярными как в зарубежной, так и в отечественной социологии. Они рассматриваются с позиций разных подходов и направлений.

Структурно-функциональный подход в социологии акцентируется на изучении и анализе социальных институтов досуговой сферы, межпоколенческих взаимоотношений и взаимодействий в рамках учреждений культуры и образования. Культурологическое направление рассматривает досуг человека как отражение определенного типа культуры. Изучаются различные субкультуры, образ и стиль жизни, жизненные планы.

В отечественной социологической мысли сложились институциональный, деятельностный и аксиологический подходы к изучению досуговых практик. Институциональный подход акцентирует внимание на изучении устойчивых форм организации досуга – физической культуры и спорта, учебы и самообразования, коллективного и индивидуального творчества, дружеских коммуникаций и участия в неформальных объединениях и т.д. Деятельностный подход подразумевает под досугом совокупность некоторых видов деятельности. Характерной чертой такой деятельности является свобода выбора, противоположная необходимости трудиться. Аксиологический подход основывается на признании ценности досуга и свободного времени.

Влияние глобализации, распространение компьютерных и интернет-технологий, развитие досугового сектора в сфере экономики в настоящее время обозначили потребность в поиске новых методологических подходов по изучению данной проблематики.

1.3 Специфика досуговых практик в условиях постиндустриального общества

Досуг в настоящее время представляет собой пространство активной социально-культурной деятельности человека, средством развития культуры, а также является областью самореализации и самоактуализации личности. То, как человек использует свое свободное время, является показателем уровня его культуры, духовных потребностей и интересов.

В связи с наблюдаемым в последние десятилетия ростом значимости досуга как общественной ценности, особый интерес представляет рассмотрение досуговой деятельности в постиндустриальном обществе.

Постиндустриальным называется такое общество, в экономике которого из-за научно-технической революции преобладает инновационный сектор. Такое общество характеризуется преимущественным производством услуг, а не товаров, и занятым в этом производственном процессе населением. В экономике постиндустриального общества значимое место занимает производство знаний и информации. [31]

Современные социологи и культурологи придерживаются мнения о самостоятельности досуга как сферы общественной и личной деятельности. В связи с этим в научный оборот введено понятие «цивилизация досуга». Одним из разработчиков данной концепции был Ж. Дюмазедье. Идея цивилизации досуга как модели постиндустриального общества находит свое отражение в работах Ж. Фурастье: чем выше становится уровень экономического развития в обществе, тем более автономным от труда и самостоятельной ценностью становится досуг.

Профессор М.А. Ариарский, специалист в области социально-культурной деятельности, называет усиление роли досуга в духовной жизни общества одной из тенденций развития современной цивилизации. Сегодня, как никогда раньше, в индустриально развитых странах у человека остается

больше свободного времени после работы. Профессор говорит о прямой зависимости между темпами научно-технического и социального прогресса и темпами перехода от производства материальных товаров к производству услуг.

Развитие информационных технологий дает больше возможностей для разнообразия досуга и развития личности. Ариарский утверждает, что ведущие страны мира реализуют рекреативно-развивающий потенциал досуга. Наиболее острыми проблемами в культурно-досуговой деятельности в настоящее время, по мнению ученого, стали проблемы создания, распространения и развития ценностей культуры и самореализации человека, проявляемой в сфере свободного времени. [4]

Российский профессор Г.А. Аванесова подмечает факт признания многими аналитиками значение невещественных ресурсов как значимого фактора оптимизации экономического и социально-культурного развития в XXI веке. Исходя из этого, сам досуг, а также производство культурных и досуговых товаров (художественных ценностей, знаний, информации и др.) и услуг (рекреационных, образовательных, коммуникативных и др.) рассматриваются как средства развития так называемого человеческого капитала. [1]

Не все аналитики признают важную роль серьезного, развивающего досуга. С одной стороны, у людей растет желание качественно заполнить свое свободное время, повышается значение досуга в обществе. С другой стороны, некоторые ученые сходятся во мнении, что обычный человек не может конструктивно использовать свое свободное время, поэтому оспаривают необходимость увеличения его продолжительности.

Мировая культурно-досуговая инфраструктура начала складываться во второй половине XX века. В этой глобальной инфраструктуре происходит международный обмен культурными и досуговыми товарами и услугами между странами, расположенными на различных континентах. Все это позволяет удовлетворить потребности миллионов потребителей. Таким

образом, происходит распространение по всему миру продукции массовой культуры – различных кинофильмов, музыки, публицистики, компьютерных игр, образовательных программ, информации, рекламы и многого другого. Важным компонентом здесь также является международный туризм, включающий курортно-туристическую индустрию, индустрию перевозок, размещения, питания и развлечений. [1]

Можно назвать некоторые тенденции развития сферы досуга в постиндустриальном обществе:

1) Технизация досуга. Преобладание и преимущественное использование технического и автоматизированного оборудования в организации досуга. Например, в создании и функционировании развлекательных парков, развлекательных шоу. К тому же происходит внедрение таких устройств в дома, а значит и в домашний досуг. Такое масштабное использование технических средств в сфере досуга сокращает самостоятельность и творчество; техника и правила игры лишают человека выбора, возможности проявить себя и заставляют его действовать по инструкции и определенному алгоритму.

2) Стандартизация досуга – наличие определенных правил и характеристик для многократного использования и достижения упорядоченности. С одной стороны, высокий уровень стандартизации делает досуг человека безопаснее, так как обеспечивает определенный контроль. С другой стороны, может снижать активность человека и обесценивать новизну получаемых впечатлений и эмоций в сфере досуга.

3) Сочетание спроса на банальные, обыденные и альтернативные им культурные и досуговые продукты, услуги. С одной стороны большинство людей предпочитают качественный и комфортный отдых, а с другой, остаются люди, предпочитающие другие формы проведения досуга, дающие возможность получить новые эмоции и реализовывать свою активность. Популярными становятся, например, альтернативные формы туризма: деревенский, агро- и экотуризм.

4) Коммерциализация досуговой сферы. Досугово-развлекательная инфраструктура в настоящее время развивается и расширяется. Данный сектор экономики приобретает внушительные масштабы. Он характеризуется многопрофильной сетью платных досуговых товаров и услуг: посещение представлений, пользование спортивными сооружениями, обучение определенной деятельности и т.д. Негативным эффектом такой тенденции может стать наибольшая заинтересованность в получении максимальной прибыли, чем развитие человека в досуговой сфере.

5) Одомашнивание досуга (дом как главное место проведения досуга). Сейчас домашние технологии способны удовлетворить многие социально-культурные потребности человека: в отдыхе, общении, развлечении, познании, творчестве. Досуговая индустрия доставляет свой товар потребителю на дом. Это различные программы, шоу и кинофильмы, которые можно посмотреть не только по телевизору, но и посредством интернета в режиме онлайн, книги, компьютерные игры и др.

6) Компьютеризация досуга – использование компьютерных и интернет-технологий для удовлетворения досуговых потребностей. Интернет посредством различных социальных сетей дает возможность реализации базовой потребности человека – потребности в общении. Такое общение происходит в глобальном, виртуальном пространстве, разрушающем социальные, возрастные, национальные и культурные границы. Современные интернет-технологии позволяют получить доступ не только к массовому, но и «высокому» искусству: музейным экспонатам, картинам, скульптурам и др. Нетрадиционным генератором ощущений становятся средства виртуальной реальности.

7) Многофункциональность культурно-досуговых центров. В результате сочетания разных видов деятельности на одной территории (кинозалы, кафе, спортивные, игровые площадки, магазины) такие центры способны удовлетворить интересы и потребности совершенно разных людей.

[4]

Помимо сказанного выше, важно отметить массовую распространенность туризма; укрепление привычки у людей проводить отпуск за границей.

Таким образом, в сфере организации досуга населения углубляются инновационные процессы. Появляются новые небывалые прежде формы и виды культурно-досуговой деятельности. Если раньше досуг представлял собой семейные или клубные формы, то в постиндустриальном обществе досуговая деятельность осуществляется вне традиционных рамок. Во многих развитых странах сформировалась разветвленная индустрия досуга. При этом наиболее распространена неформальная система организации досуга. Неорганизованный досуг является более гибким и динамичным, быстрее реагирует на складывающуюся социально-культурную ситуацию.

Нельзя оставить без внимания сложности, связанные с досуговой деятельностью современного человека. С развитием техники и ростом ее использования в качестве средств досуга, происходит все большее обезличивание человека и обеднение наполненности свободного времени. Человек становится потребителем технических усовершенствований, а не самостоятельной, творческой и активной личностью в досуговой сфере; он становится пассивным потребителем культуры. Индивидуализация личности уступает стандартизированной «коллективной» деятельности.

Важным остается тот факт, что досуговая деятельность является сферой формирования личности. Традиционно такими сферами были образование и трудовая деятельность. Поэтому категория досуга в настоящее время проходит переоценку в сторону возрастания значимости ценности досуга как для общества в целом, так и для отдельного человека. Реализация интересов и потребностей личности в рекреации, творчестве, саморазвитии и самосовершенствовании, самореализации, общения, познания и др. – в этом заключается социокультурное назначение и роль досуга.

Глава 2. Досуговые практики населения Пензенской области

2.1 Досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области (на основе данных анкетного опроса)

Первым этапом нашего исследования выступил анкетный опрос жителей Пензенской области в возрасте от 14 лет. При расчете выборочной совокупности использовалась квотная выборка по полу и возрасту респондентов, а также по типу поселения их проживания (городское и сельское) в общей сумме составив 384 человека (при доверительной вероятности 95% и погрешности в 5%). Целью анкетного опроса было выявление досуговых предпочтений и практик населения Пензенской области.

Сначала мы определили, какое место занимает досуг в системе ценностей респондентов. На вопрос: «Какие из перечисленных ценностей являются наиболее важными для Вас?» большинство ответили «Семья и дети» (89,1%), «Здоровье» (71,9%) и «Материальное благополучие» (47,9%). Такие показатели соответствуют результатам социологических исследований всероссийского масштаба, в которых лидирующие позиции в системе ценностей человека занимают ценность здоровья и отношений в семье. [15] Вариант «Досуг, отдых» занял последнюю строчку среди предложенных ценностей. Так ответили 14,6% респондентов, среди которых 82,1% опрошенных граждане в возрасте 14-34 лет. (см. рисунок 3.1)

Далее мы определили, чем отличается досуг респондентов в будние дни от досуга в выходные дни.

Так, самым распространенным занятием в свободное время в будни является живое общение с друзьями, родственниками, знакомыми. Так ответили 53,1% респондентов. Несколько вариантов занимают примерно

равные позиции: 32,3% респондентов предпочитают прогулки, 31,5% - социальные сети и онлайн общение, 29,2% опрошенных предпочитают смотреть телевизор. По 28,1% респондентов тратят свободное время в будние дни на просмотр фильмов и сериалов в интернете и на чтение книг. Вариант «Пассивный отдых (ничего не делаю)» выбрали 26,6% опрошенных. Менее популярными способами проведения досуга в будни оказались просмотр новостей в интернете (16,1%), а также занятие спортом (9,9%), творчество (музыка, рисование, пение и т.п.) (6,8%) и посещение кинотеатров, кафе, магазинов и пр. (6,3%) (см. рисунок 1)



Рис.1

Большинство респондентов (94,3%) имеют свободное время в будние дни. Среди них, меньше часа свободного времени есть у 6,8% опрошенных, от часа до двух часов – у 32,8%, от двух до четырех часов – у 35,4% и более четырех часов у 19,3% респондентов. 5,7% респондентов ответили, что не имеют свободного времени в будние дни. (см. рисунок 3.2)

На вопрос: «Как обычно Вы проводите свой досуг в выходные дни?» респонденты чаще выбирали вариант «Живое общение с друзьями, родственниками, знакомыми» (70,3%). Вариант «Прогулки» выбрали 38,5% опрошенных. Остальные предложенные варианты выбрали примерно равное количество респондентов. Однако 21,4% опрошенных в выходные дни посещают кинотеатры, кафе, магазины и пр., уезжают за город – 19,3%. Как и в вопросе про досуговые практики в будни, здесь наименее популярными оказались варианты: «Занятие спортом» (10,4%), «просмотр новостей в интернете» (7,8%) и «творчество (музыка, рисование, пение и т.д.» (5,2%). (см. рисунок 2)

Таким образом, мы выявили, что досуг респондентов в будние дни отличается от досуга в выходные дни. В свои выходные респонденты чаще, чем в будни предпочитают выбираться из дома на прогулки, за город, на дачу и посещать различные заведения (кинотеатры, кафе, магазины). А в будни респонденты проводят свой досуг в большинстве случаев дома.

Также можно заметить, что такие повседневные практики и формы проведения досуга, как социальные сети и онлайн общение, просмотр телевизора, просмотр фильмов, сериалов в интернете, чтение книг примерно в равной степени распространены среди респондентов.

Как обычно Вы проводите свой досуг в выходные дни? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)

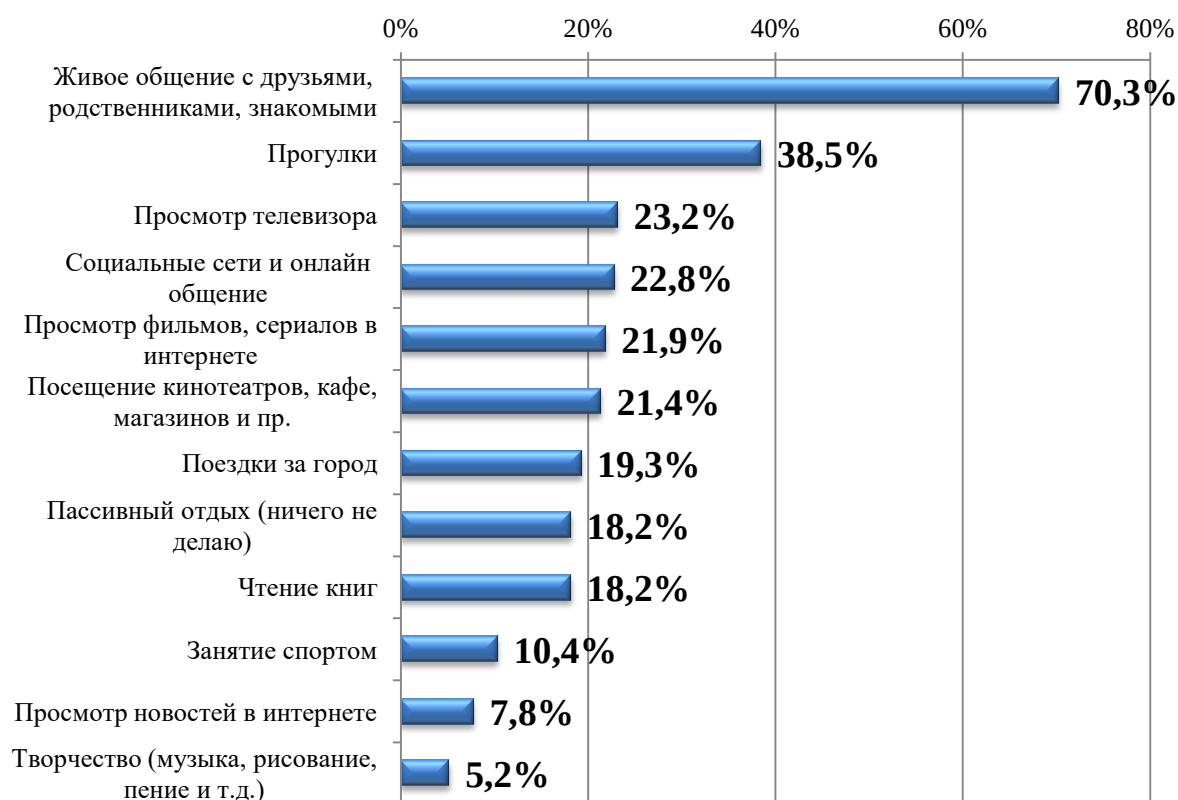


Рис 2.

Большинство респондентов, а именно 61,4%, чаще всего проводят свой досуг с семьей. Так отвечали респонденты разных возрастных категорий. В одиночестве проводят свой досуг 19,8% опрошенных, с друзьями – 12,0%, а со своим(ей) парнем/девушкой - 6,8%. Эти варианты ответа выбирали преимущественно респонденты 14-34 лет. (см. рисунок 3.3)

Чтобы узнать, на что направлен досуг респондентов, им был задан следующий вопрос: «Чем чаще всего Вы руководствуетесь при выборе досуга?». Чаще всего при выборе досуга респонденты руководствуются желанием отдохнуть, расслабиться. Так ответили 38,5% респондентов. 23,4%

респондентов руководствуются потребностью в смене обстановки. Так отвечали преимущественно респонденты в возрасте от 35 лет. 13,0% ответили «Желанием повеселиться и развлечься». Так отвечали в большинстве случаев респонденты в возрасте до 34 лет. 10,9% опрошенных при выборе досуга руководствуются потребностью в изучении чего-то нового, 8,9% - потребностью в общении и 5,3% руководствуются желанием ничего не делать. (см. рисунок 3)



Рис.3

Далее мы определили, как часто респонденты посещают культурно-развлекательные заведения и мероприятия.

Кафе, бары, рестораны с разной периодичностью посещают 79,7% респондентов: чаще респонденты выбирали вариант «2-3 раза в месяц» (20,3%) и «1 раз в 2-3 месяца» (15,6%). Реже выбирали варианты «2-3 раза в неделю» (1,1%) и «1 раз в неделю» (5,2%). Чаще посещают данные заведения респонденты возрастной категории 18-34 лет. На вопрос: «Посещаете ли Вы следующие мероприятия и места, и как часто это делаете? (кафе, бары, рестораны) респонденты 18-34 лет преимущественно отвечали «2-3 раза в

неделю», «1 раз в неделю», «2-3 раза в месяц» и «1 раз в месяц». Респонденты 35-59 лет чаще отвечали «1 раз в 2-3 месяца» и «1 раз в полгода», а респонденты возраста от 60 лет – «Раз в год», «Не посещаю».

Менее популярными среди респондентов оказались шоу, концерты. Такие мероприятия посещают 41,7% респондентов, причем 22,9% из них делают это раз в год. 2-3 раза в месяц посещают шоу, концерты 1,5% опрошенных, 1 раз в месяц – 3,7%, 1 раз в 2-3 месяца – 4,7%, а 1 раз в полгода – 8,9% респондентов. Не посещают данные мероприятия и посещают раз в год преимущественно респонденты в возрасте от 45 лет. А варианты: «2-3 раза в месяц», «1 раз в месяц», «1 раз в 2-3 месяца» чаще выбирали респонденты в возрасте от 14 до 44 лет.

При этом дискотеки и ночные клубы также остались непопулярны среди респондентов. В этих заведениях проводят свой досуг 30,2% опрошенных. Подобные заведения респонденты посещают с разной периодичностью. Например, вариант «Раз в год» выбрали 9,9% респондентов, а «1 раз в неделю» - 1,5%. (см. рисунок 4) Подавляющее большинство респондентов, посещающих подобные заведения – молодежь (14-34 лет). Незначительное число респондентов 35-44 и 45-59 лет выбрали варианты «1 раз в полгода» и «Раз в год».

Из-за достаточной низкой посещаемости рассмотренных выше заведений и мероприятий не было выявлено существенной корреляции ответов по гендерному критерию, по критерию места проживания.

Посещаете ли Вы следующие мероприятия и места, и как часто это делаете?

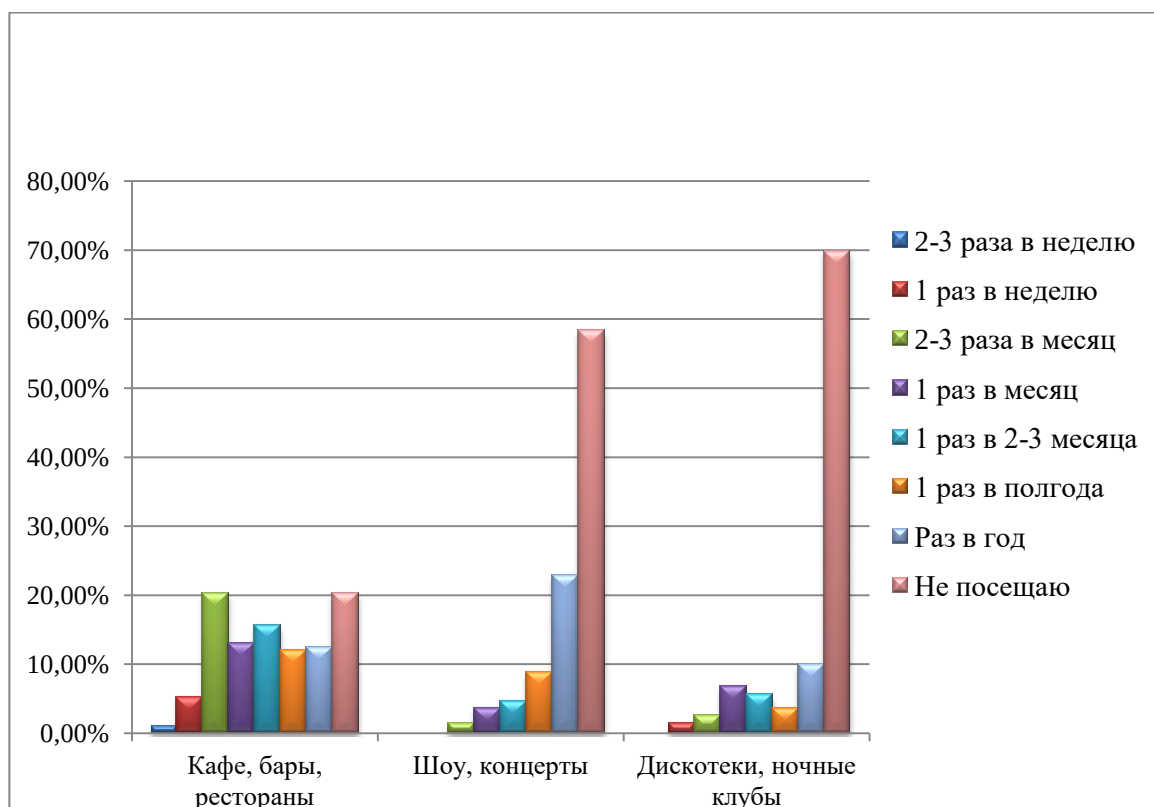


Рис. 4

Из предложенных респондентам заведений самыми посещаемыми оказались кинотеатры. Там проводят свой досуг 81,3% опрошенных, чаще с периодичностью 1 раз в 2-3 месяца (22,4%), раз в год (17,2%) и 2-3 раза в месяц (13,5%). Кинотеатры посещают респонденты всех возрастных групп. Однако реже это делают респонденты 45-59 и от 60 лет (они чаще выбирали варианты «Раз в год» и «Не посещаю»). Также вариант «Не посещаю» преимущественно был выбран сельскими респондентами.

Театры посещают 34,9% респондентов, однако, делают это раз в год 23,5% опрошенных. Большинство респондентов из каждой возрастной категории отвечали, что не посещают театры. Похожая ситуация обстоит с посещением музеев, выставок, галерей. Данные заведения посещают 35,5% респондентов, среди которых 12,0% делают это чаще раза в год (преимущественно респонденты 14-17 и 18-24 лет). (см. рисунок 5)

Как сельские, так и городские респонденты посещают театры и музеи, выставки, галереи достаточно редко. По критерию места проживания значительной корреляции в данном вопросе выявлено не было. Однако различия по гендерному признаку были обнаружены. Из 34,9% посещающих театр респондентов (134 человека) женщины составляют 72,4% (97 человек), а мужчины - 27,6% (37 человек). Из 136 посещающих музеи, выставки, галереи респондентов женщины составляют 69,9% (95 человек), а мужчины – 30,1% (41 человек).

Посещаете ли Вы следующие мероприятия и места, и как часто это делаете?

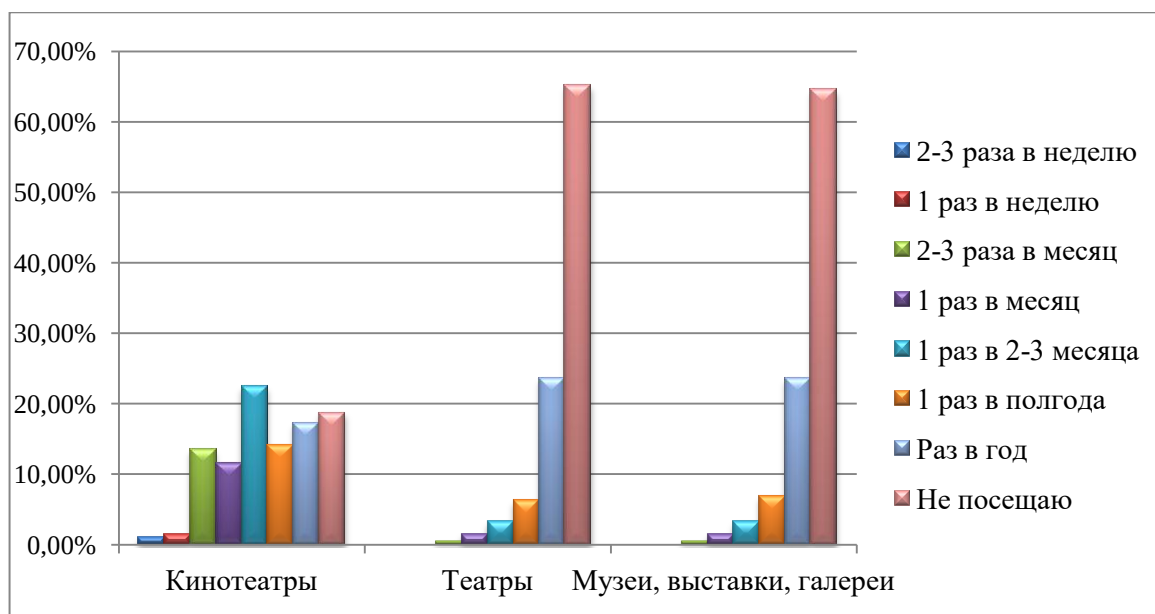


Рис. 5

Подавляющее большинство респондентов (86,5%) указали, что хотели бы чаще посещать культурно-развлекательные заведения. (см. рисунок 3.4)

Основной причиной посещения культурно-развлекательных заведений реже желаемого опрошенные определили отсутствие подобных заведений в населенных пунктах их проживания. Так ответили 51,8% респондентов. 32,5% опрошенных указали на финансовые трудности, а на отсутствие свободного времени – 28,3%. Также в качестве причин редкого посещения

культурных заведений были названы следующие: «Нет компании» (12,7%) и «Не позволяет здоровье» (3,0%). (см. рисунок 6)

Важно отметить что вариант «Да, хотелось бы, но в моем населенном пункте нет или очень мало таких мест» в большинстве случаев выбирали жители района. Они также чаще указывали на финансовые трудности. Городские жители чаще упоминали отсутствие времени.

Таким образом, мы выявили, что респонденты достаточно редко посещают культурно-развлекательные заведения (кроме кинотеатров и кафе, баров, ресторанов). Однако они хотели бы посещать их чаще, но не могут по различным причинам. В основном, из-за отсутствия подобных заведений в населенных пунктах их проживания, из-за финансовых трудностей и отсутствия свободного времени.

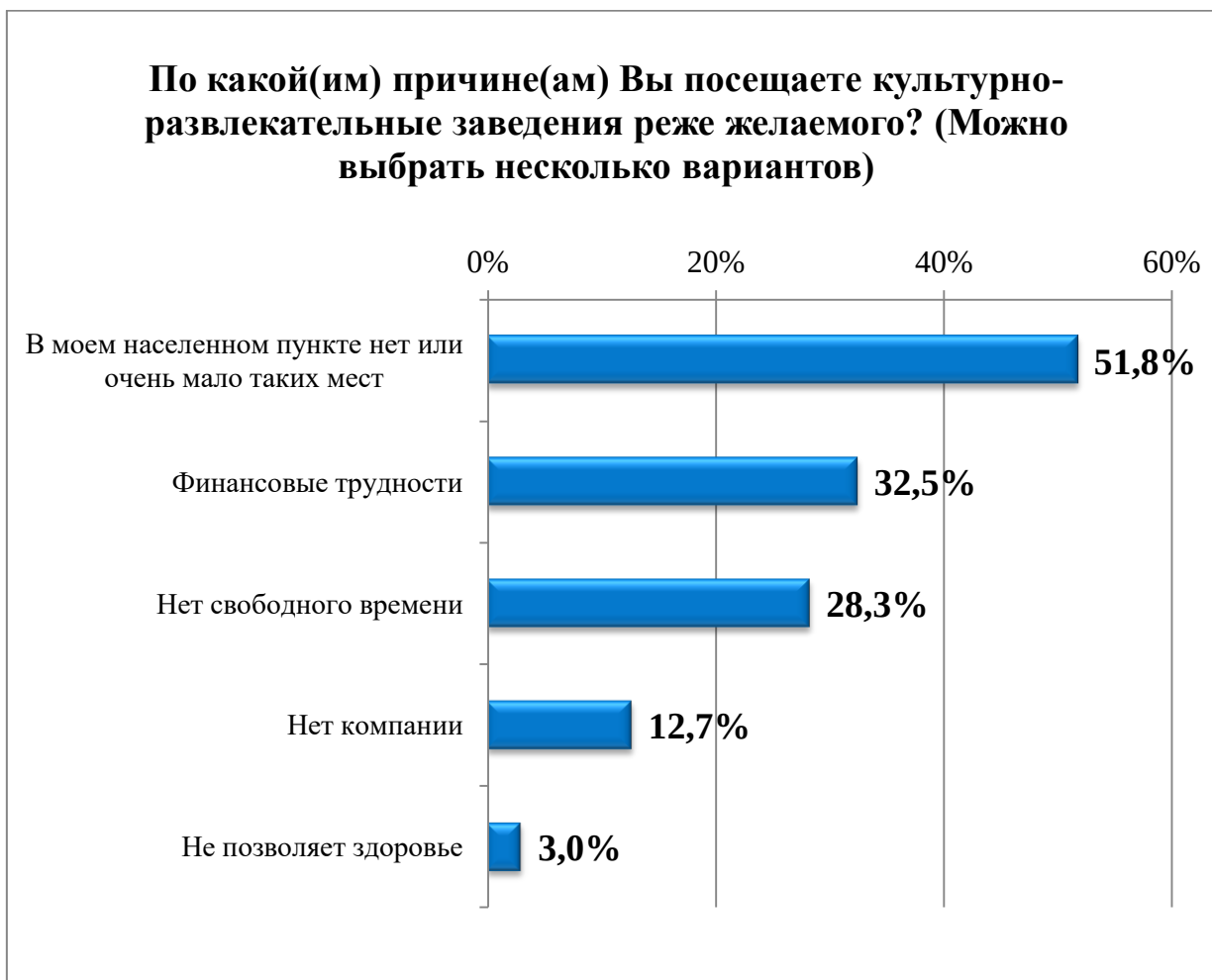


Рис. 6

Далее мы обратили особое внимание на такие формы проведения досуга, как чтение книг, просмотр телевизора и различные практики проведения досуга в интернете.

На вопрос: «Читаете ли Вы книги?» 84,4% респондентов ответили утвердительно. Вариант «Да, часто, не представляю свою жизнь без чтения» выбрали 15,6% опрошенных. Так отвечали в большинстве случаев девушки. Вариант «Иногда, порой не хватает времени на чтение» указали 45,3% респондентов. 23,5% респондентов на данный вопрос ответили «Редко, я не очень люблю читать». Не читают книги 15,6% опрошенных. (см. рисунок 7)



Рис. 7

Респонденты читают книги разных жанров: классическую литературу – 26,6% опрошенных, детективы – 26,0%, фантастику – 23,4%. Научно-популярные книги предпочитают 20,8% респондентов, любовные романы – 20,3%, исторические книги и приключения выбирают по 17,2% опрошенных и научные книги – 12,5%. (см. рисунок 3.5)

Большинство респондентов (67,2%) проводят свой досуг посредством интернета: очень часто проводят свой досуг в интернете 14,2% опрошенных;

иногда, примерно наравне с другими занятиями в свободное время – 17,8% опрошенных. Эти варианты отмечали в основном респонденты 14-34 лет. Очень редко, предпочитают другие формы проведения досуга – 35,2% респондентов. Так отвечали в большинстве случаев респонденты 35-59 лет. Проводят свой досуг без интернета 32,8% респондентов. Преимущественно этот вариант указывали респонденты в возрасте от 60 лет. (см. рисунок 8)



Рис. 8

Далее мы выяснили, как респонденты проводят свой досуг в интернете.

На вопрос «Для чего чаще всего Вы используете интернет как форму проведения досуга?» большинство респондентов (57,4%) ответили ««Сию» в социальных сетях». Читают и просматривают новости 40,7% респондентов; общаются с друзьями и родственниками – 33,7%, смотрят фильмы и сериалы – 32,6%; слушают музыку 19,8% опрошенных. 13,6% респондентов проводят свой досуг в интернете, занимаясь самообразованием и изучая что-то новое, 9,3% - смотря различные видеоролики; 7,4% респондентов читают книги в интернете и 4,3% играют в игры. (см. рисунок 9)

**Для чего чаще всего Вы используете интернет
как форму проведения досуга? (Выберите до 3-ех
вариантов ответа)**



Рис. 9

Чаще чем в интернете свой досуг респонденты проводят за просмотром телевизора. Не смотрят телевизор всего 12,5% опрошенных. Так отвечали преимущественно респонденты 14-34 лет. Очень часто смотрят телевизор 25,9% респондентов. Этот вариант ответа в основном выбирали респонденты в возрасте от 45 лет. Смотрят телевизор иногда 33,5% опрошенных, крайне редко – 28,1%. (см. рисунок 10)

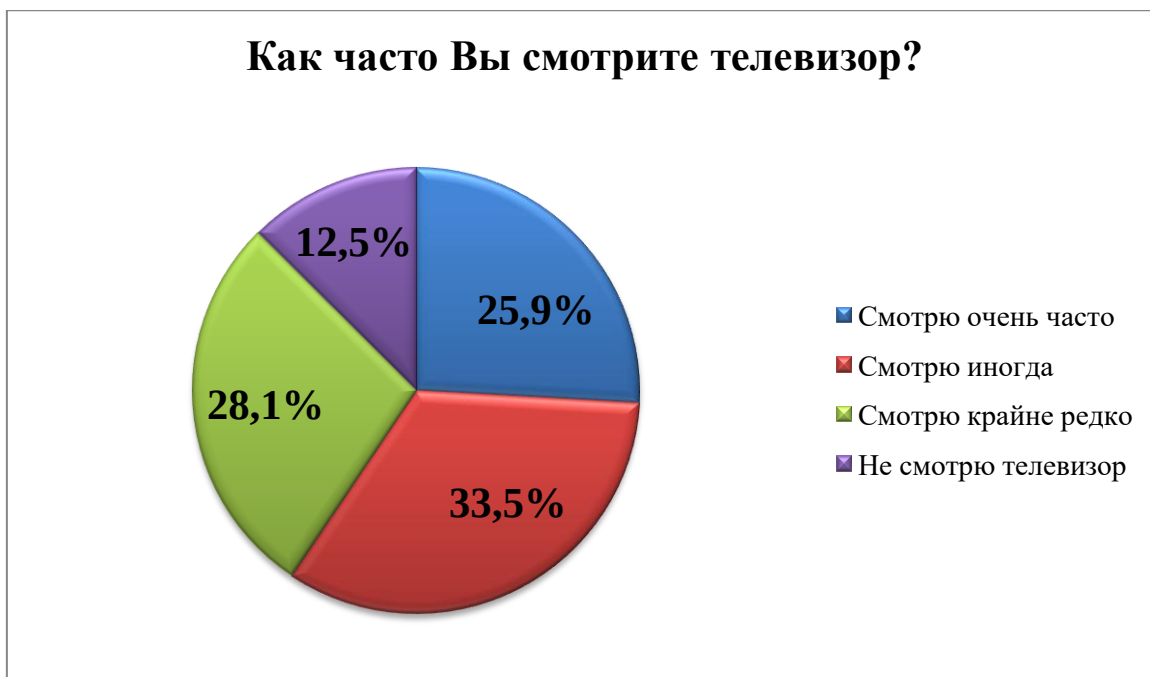


Рис. 10

Большинство респондентов (63,0%) предпочитают смотреть по телевизору фильмы и сериалы. 32,8% респондентов смотрят новостные передачи, 32,3% - мультфильмы. Юмористические передачи предпочитают смотреть 28,1% опрошенных, а развлекательные ток-шоу – 23,4%. Реалити-шоу смотрят 16,7% респондентов, познавательные, научно-популярные программы – 15,1%. Меньше респонденты смотрят спортивные и музыкальные передачи. Эти варианты выбрали по 10,4% респондентов. (см. рисунок 3.6)

Большинство респондентов (61,5%) посещают такие развлекательные заведения, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк. Однако делают это достаточно часто всего 4,2% респондентов. Так отвечали преимущественно респонденты в возрасте 18-34 лет. Иногда посещают такие развлекательные заведения 20,3% опрошенных, очень редко – 37,0%. Не посещают такого рода заведения 38,5% респондентов. (см. рисунок 11) Так ответили около трети городских и около половины сельских респондентов преимущественно в возрастных категориях 45-59 лет и от 60 лет.



Рис. 11

Затем мы выяснили, где проводят респонденты отпуск/каникулы.

56,0% респондентов проводят свой отпуск/каникулы дома. 3,4% уезжают за границу. Так отвечали в основном респонденты 25-44 лет. Уезжают за город, на дачу 20,8% опрошенных, а в другой город России – 19,8%. (см. рисунок 3.7)

Далее мы определили, чем увлекаются респонденты.

На вопрос: «Есть ли у Вас хобби?» 66,0% респондентов заявили, что имеют хобби, 34,0% респондентов ответили, что у них нет хобби. (см. рисунок 3.8)

Чтение назвали своим хобби 32,0% респондентов. Рукоделием увлекаются 27,2% респондентов, а спортом – 20,8%. Наименее популярными оказались следующие варианты: фотография (12,0%), живопись (8,0%), танцы (8,0%), пение (7,2%), игра на музыкальном инструменте (7,2%), компьютерные игры (7,2%). Также респонденты в качестве своих хобби указали ремонт автомобилей и кулинарию (4,0% и 2,4% соответственно). (см. рисунок 12)

Что из перечисленного Вы можете назвать своим(и) хобби. (Можно выбрать несколько вариантов)

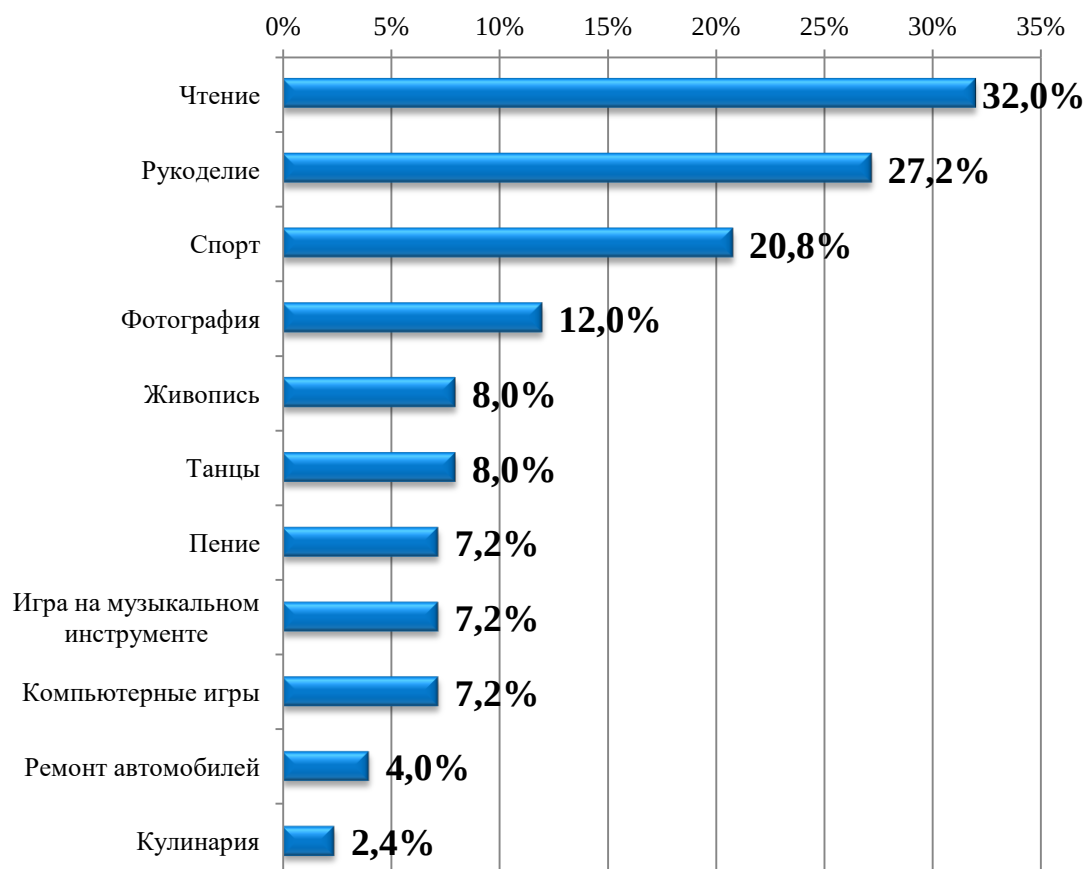


Рис. 12

Затем мы узнали у респондентов, каких заведений и мест не хватает в населенных пунктах их проживания.

Для удовлетворения собственных досуговых потребностей достаточно мест, заведений в их городе (поселке, селе, деревне и т.п.) 34,4% респондентов, недостаточно – 65,6% опрошенных. (см. рисунок 3.9) Среди этих 65,6% респондентов около трети составляют жители города Пензы, а остальные – жители области.

Также мы спросили у респондентов: «Как Вы считаете, достаточно ли заведений, мест в Вашем городе (поселке, селе, деревне и т.п.) для удовлетворения досуговых потребностей его населения в целом?» Только 13,5% респондентов (52 человека) на этот вопрос ответили «Да, достаточно» (из них 29 человек - жители города Пензы, 23 человека - жители области) (см. рисунок 3.10). Таким образом, не только сельское, но и городское население заявляет о недостаточном количестве культурно-развлекательных заведений.

На вопрос: «Как Вы считаете, каких заведений, мест не хватает в Вашем городе (поселке, селе, деревне и т.д.)?» ответы респондентов разделились. 42,8% опрошенных ответили «Парк». Несколько вариантов набрали примерно равное количество ответов: кинотеатр (31,3%), спортивный зал/бассейн (29,5%), театр (28,3%), творческие кружки по интересам (28,3%). 23,5% респондентов указали, что в населенном пункте их проживания не хватает торгово-развлекательного центра, а 21,1% опрошенных указали на музей/галерею. Гораздо меньше респондентов выбрали следующие варианты: «Библиотека» (4,2%) и «Достойные кафе, бары, ночные клубы» (1,8%). (см. рисунок 13)

Респонденты-жители города Пензы указывали в основном на недостаточное количество парков и творческих кружков по интересам в городе. Респонденты-жители области больше говорят о недостаточном количестве парков, кинотеатров, спортивных залов/бассейнов, театров и творческих кружков по интересам в населенных пунктах их проживания.

Как Вы считаете, каких заведений, мест не хватает в Вашем городе (поселке, селе, деревне и т.п.)? (Можно выбрать несколько вариантов)

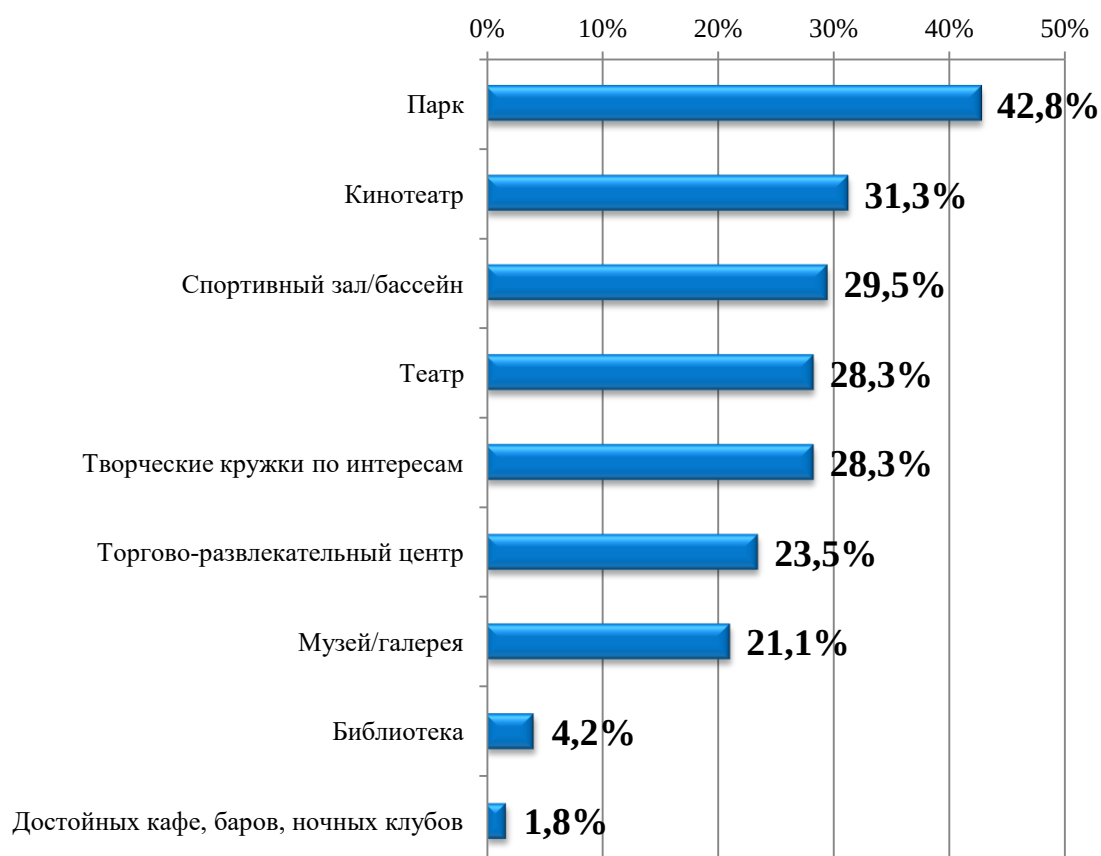


Рис. 13

В целом, большинство респондентов (63,0%) устраивает, как они проводят свой досуг: устраивает полностью 12,5% опрошенных, скорее устраивает – 50,5%. 30,7% респондентов скорее не устраивает, как они проводят свой досуг, 6,3% - не устраивает полностью. (см. рисунок 3.11)

Таким образом, мы определили, что такую ценность как «Досуг, отдых» считают важной 14,6% респондентов преимущественно возрастной категории 14-34 лет. Досуговые практики в будние и выходные дни

отличаются. Если в будни респонденты предпочитают больше проводить досуг дома, то в выходные стараются выбираться из своего жилища, чтобы разнообразить свое времяпрепровождение. Большинство респондентов проводят свой досуг с семьей.

84,4% респондентов читают книги, 67,2% - проводят свой досуг в интернете, 87,5% опрошенных смотрят телевизор.

Респонденты крайне редко или вообще не посещают такие культурно-развлекательные заведения и мероприятия как шоу и концерты, дискотеки и ночные клубы, театры, музеи, выставки, галереи. Чаще респонденты посещают кинотеатры и кафе, бары, рестораны. Такие развлекательные заведения для активного отдыха, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк и т.п. респонденты посещают достаточно редко. Практически все указанные выше заведения и мероприятия в большей степени и чаще посещают респонденты возрастных категорий 14-17, 18-24 и 25-34 лет. Большинство респондентов хотели бы чаще посещать культурно-развлекательные заведения. Они заявляют, что таких заведений в населенных пунктах их проживания нет или очень мало. Так, респонденты говорят о недостаточном количестве парков, кинотеатров, спортивных залов/бассейнов, театров, творческих кружков по интересам, торгово-развлекательных центров, музеев/галерей и др.

В целом, большинство респондентов устраивает, как они проводят свой досуг.

2.2 Досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области (на основе данных интервью)

Для более глубокого анализа досуговых предпочтений и практик жителей Пензенской области мы дополнили анкетный опрос качественным методом исследования - интервью.

Выборку составили 24 жителя Пензенской области (12 жителей города Пензы и 12 жителей области) - по 3 мужчин и 3 женщин из следующих возрастных групп: 14-24 лет, 25-44 лет, 45-59 лет, от 60 лет.

Прежде чем рассматривать досуговые предпочтения респондентов, мы выяснили, есть ли у них свободное время в будние дни.

Большинство интервьюируемых возрастной категории 14-24 лет (4 человека из 6) указали на нестабильность распределения рабочего и свободного времени в будни. Основной причиной этого они назвали неравномерные нагрузки по учебе. 2 человека этой возрастной категории указали на отсутствие свободного времени из-за работы и подготовки к занятиям в учебном заведении.

3 респондента из возрастной группы 25-44 и 1 из – 45-59 указали на отсутствие свободного времени в будни из-за графика работы. Остальные респонденты имеют свободного времени 1-3 часа после работы и выполнения домашних обязанностей. 3 респондента в возрасте от 60 лет отмечали, что свободны практически весь день, так как находятся на пенсии и не работают.

Свой досуг в будни респонденты проводят абсолютно по-разному. Проведение времени с ребенком своим досугом чаще назвали респонденты из возрастной категории 25-44 года (3 человека). Встречи с близкими, друзьями чаще упоминали респонденты 14-24 лет и от 60 лет (по 2 человека). Другие варианты проведения досуга, такие как просмотр телевизора, фильмов, сериалов, прогулки, чтение, социальные сети и т.д.

указывали респонденты из всех возрастных категорий. Такие результаты иллюстрируют следующие высказывания:

«В будни свой досуг я провожу, общаясь с внуками, также гуляю, хожу в магазин, сижу в интернете. Часто устраиваем чаепития с мужем и детьми». (Ольга, 62 года)

«Свое свободное время я провожу по-разному. Могу провести его продуктивно, например, чтение книг, встреча с близкими людьми, активный отдых. И могу проводить его также пассивно – социальные сети, либо просто отдых дома, зависит от настроения. Если бы времени было больше, то ничего не изменилось бы, я проводил бы его так же, как и сейчас». (Александр, 20 лет)

Практически все респонденты заявили, что в выходные стараются выбираться из дома, будь то посещение культурно-развлекательных заведений, кафе и магазинов, или прогулки и выезд на природу. Респонденты отмечают, что на выходных стараются встречаться с друзьями и родственниками. Респонденты высказывались следующим образом:

«В выходные либо еду домой (в деревню) и провожу там время с семьей. Когда остаюсь в городе, то тоже стараюсь куда-нибудь выбираться – либо с подругами, либо с молодым человеком. Стараюсь не сидеть дома. Ходим в кино, гуляем в парке, ходим по магазинам». (Татьяна, 20 лет)

«В выходные дни, когда с друзьями, когда с родственниками в теплое время выбираемся за город на природу, так как кроме городского парка сходить у нас некуда (летом не хочется сидеть в помещениях типа Гулливера, Сити и т.д.) В другое время ходим в кино, на площадки, в торговые центры, пиццерии, зимой на горки. Иногда в парк ходим. Ну и, конечно, когда приезжают цирки, зоопарки - обязательно туда». (Надежда, 29 лет)

Полученные данные подтверждают результаты анкетного опроса о том, что досуг в будние дни более домашний, направлен скорее на отдых и

расслабление. А свои выходные люди стремятся разнообразить – посещают различные мероприятия и заведения.

10 респондентов из различных возрастных категорий предпочитают проводить свой досуг только с семьей. Остальные респонденты указывают, что порой хочется побыть одному, а иногда повеселиться в большой компании. Поэтому они не могут выделить конкретно, с кем предпочитают проводить свое свободное время. Такую ситуацию хорошо демонстрирует следующее высказывание респондента:

«Свободное время иногда предпочитаю проводить в одиночестве, сама с собой, со своими мыслями – музыку слушаю или читаю. Также люблю проводить время в компании, например, посидеть с друзьями, родными. Очень нравится проводить время с семьей». (Елена, 18 лет)

Мы узнали у респондентов, посещают ли они культурно-развлекательные заведения. Все интервьюируемые возрастной группы 14-24 указали, что посещают кинотеатры примерно раз в 1-2, 2-3 месяца. Театры, музеи и концерты они либо не посещают, либо посещают раз в несколько лет и только в связи с различными мероприятиями в учебных заведениях, которые это подразумевают. Так же редко посещают перечисленные выше культурные заведения респонденты других возрастных категорий. К тому же они реже посещают кинотеатры.

17 из 24 респондентов сказали, что хотели бы чаще посещать культурные заведения. 7 респондентов (5 мужчин и 2 женщины) ответили, что их устраивает частота посещения культурных заведений.

6 человек отметили, что в населенных пунктах их проживания сходить практически некуда. А 2 жителя города Пензы заявили, что очень редко приезжают интересные им группы и исполнители. 4 человека указали, что редко посещают культурные заведения по причине отсутствия времени и 5 человек – из-за финансовых трудностей.

Такие результаты иллюстрируют следующие высказывания:

«Да, театр посетила бы чаще, был бы он у нас. Концерты так же. Жаль, что нет нормального концертного зала, где качественно могли бы проводиться подобные мероприятия». (Екатерина, 26 лет)

«Да, посещать культурные заведения хочется чаще. Мечтаем с женой начать с музеев Пензы, посмотреть Пензенскую картинную галерею. Но не получается, так как все лето выращиваем птицу, работаем на огороде. На одну пенсию не прожить». (Николай, 64 года)

Молодые люди возрастной группы 14-24 указали, что не посещают такие заведения, как ночные клубы, бары, дискотеки. Девушки 14-24 лет сказали, что посещают такие заведения примерно раз в 3-4 месяца.

Практически все респонденты остальных возрастных категорий ответили, что не посещают ночные клубы, бары, дискотеки. Только 2 человека (1 мужчина и 1 женщина) ответили, что посещают очень редко, только по особым случаям. Такие результаты хорошо демонстрирует следующее высказывание респондента:

«Ночные клубы, бары, дискотеки посещаю очень редко, и в основном, это корпоративы или какие-либо ещё праздники». (Иван, 41 год)

19 из 24 респондентов сказали, что читают книги. 5 из них делают это достаточно редко (пару раз в месяц), а 14 достаточно часто. Респонденты предпочитают книги абсолютно разных жанров: классическую литературу, фантастику, ужасы, детективы, исторические, научные книги и другое.

Причем в данном вопросе не прослеживается зависимости между половозрастной характеристикой респондентов и интересом к чтению. Это демонстрируют следующие высказывания:

«Я очень люблю читать. У меня большая библиотека и часто пополняется: приключения, фантастика, детективы и исторические книги. Читаю перед сном и в обеденный перерыв за едой». (Данила, 26 лет)

«Очень много читаю. А в детстве читала еще больше. Перечитала свою местную библиотеку, и районную библиотеку. Любимые авторы -

Жюль Верн, Александр Дюма, Алексей Толстой, Оноре де Бальзак». (Наталья, 65 лет)

Одни «нечитающие» респонденты говорят, что им не хватает времени, а другим книги вообще не интересны.

Практически все респонденты (за исключением 2 мужчин и 2 женщин в возрасте от 60 лет) проводят свой досуг в интернете. Трое из них пользуются интернетом редко – либо только для социальных сетей, либо по работе, либо для просмотра новостей.

Но остальные (17 человек) отмечают, что пользуются интернетом каждый день. Чаще всего респонденты используют интернет для общения в социальных сетях, просмотра фильмов, сериалов, поиска различной информации, чтения, прослушивания музыки и т.д. Следующие высказывания иллюстрируют разнообразие досуговых практик в интернете среди респондентов:

«Пользуюсь интернетом каждый день. В основном для общения в социальных сетях, реже для просмотра фильмов. А основное свободное время в интернете отвожу самообразованию и работе». (Диляра, 39 лет)

«Да, я умею пользоваться интернетом. Если не получается, зову жену на помощь. Интересуюсь политикой, погодой и боксом». (Виктор, 66 лет)

Однако в анкетном опросе было выявлено, что большое число респондентов не используют интернет для проведения досуга. Мы связываем это с большой квотой респондентов возрастных категорий 45-59 лет и от 60 лет, принявших участие в анкетном опросе.

Проводят свой досуг за просмотром телевизора 16 респондентов. 7 человек сказали, что вообще не смотрят телевизор, а у 2 из них его вообще нет. Причем не смотрят телевизор 3 респондентов 14-24 лет, 2 респондентов 25-44 лет и 2 респондентов 45-59 лет.

По телевизору респонденты чаще смотрят фильмы и сериалы, новости, мультфильмы, юмористические, музыкальные и спортивные программы. 2 респондента подметили, что часто включают телевизор как

фон во время уборки или готовки. Следующие высказывания респондентов иллюстрируют такие результаты:

«Смотрю телевизор только в гостях. У меня дома нет телевизора. Но некоторые передачи телевизионные могу посмотреть через интернет». (Александр, 20 лет)

«Смотрю телевизор редко. В основном что-то, что бы отключить от работы мозг: ТНТ или какое-либо кино. Иногда мультики с детьми». (Иван, 41 год)

«Телевизор смотрю, но не зависима от него. Могу посмотреть «За и против» с Владимиром Соловьевым, «Время покажет» с Артемом Шейным, шоу «Ты супер», сериал – «Ликвидация»». (Ольга, 62 года)

Половина респондентов посещает развлекательные заведения для активного отдыха, такие как каток, бильярд, батутный парк и т.д. Только 2 из них посещают такие заведения 2-3 раза в месяц (мужчина 26 лет и женщина 50 лет). Остальные 10 респондентов сказали, что ходят в подобные места достаточно редко. Не посещают такие развлекательные заведения все респонденты от 60 лет.

«Да, я посещаю бильярд, реже каток. Всего около 5 раз в год». (Алексей, 24 года)

«Нет, почти нигде не была из перечисленного, предпочитаю просто гулять по красивым местам города или кататься на велосипеде». (Татьяна, 20 лет)

«Не посещаю такие заведения. Я на пенсии, из дома практически никуда не выезжаю. Мне нравится проводить все свободное время на своем приусадебном участке». (Виктор, 66 лет)

18 респондентов заявили, что проводят свои отпуска/каникулы в большинстве случаев дома. Половина из них указали, что в такое время стараются выбираться отдохнуть на природу, а 4 – ездят к родственникам за город.

6 респондентов предпочитают в свои отпуска/каникулы посещать другие города России. 3 из них стараются выбираться на море. Такие разнообразные ответы иллюстрируют следующие высказывания респондентов:

«Отпуск провожу по-разному. Чаще - дома с семьей, мы любим выезжать на природу, на шашлыки. С друзьями также ездим на рыбалку. Но иногда с женой и детьми стараемся уезжать на море погреться на солнышке». (Сергей, 45 лет)

«С молодым человеком или одна путешествуем по городам России. Была в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, Волгограде, Нижнем Новгороде, Саратове, Самаре, Оренбурге, Москве, Муроме, Сергиевом Посаде, ну и на нашем Чёрном море в разных городах побережья». (Екатерина, 26 лет)

Никто из респондентов не упомянул про отдых за границей. В анкетном опросе таких ответов тоже было достаточно малое количество.

8 человек сказали, что у них нет хобби. У 16 человек есть хобби, причем совершенно разные. 3 мужчин назвали своим хобби рыбалку, 2 молодых людей – походы. 2 девушки заявили, что их работа является их хобби, любимым занятием. Чтение своим хобби назвали 1 девушка и 1 молодой человек, вязание и шитье – 4 женщины. Также были названы программирование и резьба по дереву (по 1 мужчине). 1 женщина назвала своим хобби кулинарию.

Мы узнали у респондентов, достаточно ли досугово-развлекательных мест в населенных пунктах их проживания.

8 человек ответили, что достаточно, причем 6 из них жители города Пензы, а 2 жители области. Так звучит мнение одного из респондентов по данному вопросу:

«Мне кажется, в Пензе достаточно всего. Есть различные торгово-развлекательные центры, клубы, кафе, кино, спортивные секции, спортзалы, различные танцевальные, театральные кружки, гимнастика. В плане досуга,

как мне кажется, у нас в Пензе все достаточно развито. И парков много, куда можно сходить, прокаты велосипедов, гироскутеров и т.д.». (Елена, 18 лет)

16 человек, преимущественно жители области (10 человек), сказали, что им не хватает определенных культурно-развлекательных заведений в их местах проживания. В основном люди говорили о недостаточном количестве театров, спортивных комплексов и площадок, развлекательных центров для детей и взрослых. Некоторые респонденты отмечали, что совершенно некуда сходить с детьми, а другие говорили, что в их населенных пунктах вообще ничего нет. Респонденты высказывались следующим образом:

«Я считаю, что досугово-развлекательных заведений у нас недостаточно. Можно, к примеру, сделать в скверах те же самые небольшие парки развлечений для детей, можно сделать велосипедные дорожки, чтобы было комфортнее с детьми кататься, можно на уровне города проводить различные конкурсы рисунков, фотографий». (Надежда, 29 лет)

«Нет хотя бы небольшого зала для проведения щадящей аэробики для пожилых. Нет возможности для проведения посиделок для пожилых, для простого общения и чаепития. Многим пожилым не хватает общения». (Наталья, 66 лет)

«Для меня таких мест достаточно, есть куда сходить с малышом двух лет. А моему старшему сыну 14 лет, и ему совершенно нечем заняться, некуда пойти с друзьями, только в торговые центры, а летом в парк». (Диляра, 39 лет)

15 респондентов вполне устраивает, как они проводят свой досуг. Двойственное отношение высказали 3 респондента: иногда они довольны, а иногда нет. 6 человек сказали, что их не совсем устраивает, как они проводят свой досуг. Этим респондентам хотелось бы чаще заниматься спортом, проводить свой досуг более активно, чаще выбираться из дома и посещать различные досугово-развлекательные заведения. Такие результаты иллюстрируют следующие высказывания:

«Не могу сказать, устраивает меня мой досуг или нет. Потому что в какой-то день я полностью собой доволен, а в какой-то я виню себя за то, что слишком много ленюсь и провожу свободное время пассивно. Заняться еще чем-то на данный момент не хочется». (Алексей, 24 года)

«В целом, меня устраивает, как я провожу свой досуг. Да, хотелось бы, конечно, его разнообразить, чаще выбираться из дома. Но чаще всего, даже для похода в кино, хочется компании, а её нет. Что уж говорить про поход в лес, на природу и т.д.». (Алексей, 36 лет)

Таким образом, анализ интервью подтвердил результаты анкетного опроса. Так, подтвердился тот факт, что досуг респондентов в будни имеет пассивный характер, люди стремятся отдохнуть после работы и учебы дома. В выходные респонденты выбираются из дома, посещают различные кафе и магазины, ходят на прогулки, выезжают на природу, ездят в гости к родственникам.

Также подтвердились результаты анкетного опроса по поводу посещения различных культурно-развлекательных заведений. Редко или не посещают респонденты всех возрастных категорий театры, музеи, концерты, галереи. Чаще интервьюируемые ходят в кинотеатры. Большинство респондентов хотели бы чаще посещать такие заведения и мероприятия.

Ночные клубы, бары, дискотеки так же оказались редко посещаемыми среди респондентов. Половина респондентов (12 человек) посещает развлекательные заведения для активного отдыха (каток, боулинг, батутный парк и т.п.), 10 из которых делают это редко.

Книги читают 19 респондентов, проводят свой досуг посредством интернета 20 респондентов, смотрят телевизор 16 из 24 респондентов. У 16 человек есть хобби, причем респонденты называли самые разнообразные увлечения.

16 человек, преимущественно жители области заявили, что в населенных пунктах их проживания недостаточно следующих культурно-

развлекательных заведений и мест: театров, спортивных комплексов и площадок, развлекательных центров для детей и взрослых.

Но в целом, большинство респондентов удовлетворены своим досугом.

2.3 Культурные учреждения и культурно-развлекательные заведения города Пензы как места проведения досуга населения

Город Пенза - это административный, экономический и культурный центр Пензенской области с населением 523553 человека. Здесь сосредоточены основные и самые разнообразные места для проведения досуга Пензенской области. Именно в Пензу приезжают жители области, чтобы посетить различные культурные, развлекательные заведения, которых нет в населенных пунктах их проживания.

Поэтому мы решили рассмотреть, какие предложения в сфере проведения досуга существуют в Пензе.

Сначала мы обратили внимание на учреждения культуры в городе.

Музей – это концентрированное выражение культуры прошлого и настоящего. В музеях можно увидеть различные исторические артефакты, предметы искусства – картины, скульптуры и пр.

На территории Пензы располагаются и функционируют 6 крупных музеев: Музей одной картины имени Георга Васильевича Мясникова, Пензенская областная картинная галерея имени Константина Аполлоновича Савицкого, Губернаторский дом, музей при Центре театрального искусства «Дом Мейерхольда», Пензенский государственный краеведческий музей, Пензенский музей народного творчества.

Помимо крупных есть 12 небольших музеев конкретной тематики: Литературный музей, Дом-музей Василия Осиповича Ключевского, Музей

имени Ильи Николаевича Ульянова, Дом-музей имени Николая Николаевича Бурденко, Музей скульптуры Виктора Буяльского, Государственный музей-усадьба Виссариона Григорьевича Белинского, Пензенский музей железной дороги, Городской музей почтовой связи, Музей русской армии, музей занимательных наук «Реактор», Музей Пензенской ТЭЦ-1, Музей города Пензы.

Театры играют важную роль в культурно-просветительской жизни общества. Там можно увидеть различные спектакли и пьесы, поставленные как местными коллективами, так и приезжающими из других городов и стран.

В городе Пензе функционируют 5 театров: Пензенский областной драматический театр имени Анатолия Васильевича Луначарского, Пензенский областной театр кукол «Кукольный дом», Пензенский театр юного зрителя, Театр доктора Дапертутто в составе Центра театрального искусства «Дом Мейерхольда», Театр на обочине.

В Пензе проходят различные концерты и мероприятия. Это могут быть местные праздники и события. Также приезжают музыкальные группы и исполнители из других городов, танцевальные ансамбли и пр. Такие мероприятия проходят обычно в концертных и киноконцертных залах, на которые могут прийти и приехать жители города и области.

В Пензе есть 5 концертных и киноконцертных залов (Далее КЗ и ККЗ): КЗ «Заря», КЗ «Молодежный», ККЗ «Октябрь», ККЗ «Пензаконцерт», Пензенская областная филармония. [26]

В Пензе насчитывается около 25 областных и городских библиотек, в том числе и детских. Достаточно большое количество, несмотря на массовое распространение чтения с электронных носителей.

Важной частью городского пространства являются парки и скверы. Там могут проводить свой досуг люди, спокойно прогуливаясь, сидя на лавочках, катаясь на велосипедах и наслаждаясь природой окружающего пространства. В зоопарках можно посмотреть на различных животных, в некоторых парках

покататься на аттракционах. Вблизи парков и аллей в теплое время года обычно в прокат можно взять велосипед или ролики.

В городе функционируют 7 парков: Центральный парк культуры и отдыха им. В. Г. Белинского, Детский парк имени Ульяновых, Пензенский ботанический сад имени И.И. Спрыгина, Пензенский зоопарк, Парк культуры и отдыха «Олимпийский», Парк «40 лет Победы», Олимпийская аллея.

Также есть 13 скверов: Сквер имени М.Ю. Лермонтова, Сквер имени А. С. Пушкина, Сквер на улице Славы, Сквер имени В. Г. Белинского, Сквер «У Белых Рос», Сквер «Могилевский Дворик», Сквер напротив памятника Победы, Сквер «Копилка Пословиц», Сквер «Чернобыльцев», Сквер имени Дениса Давыдова, Сквер у городской администрации, Сквер имени Ф.Э. Дзержинского, Сквер напротив кинокомплекса «Современник». [25]

Важной составляющей досуга является посещение различных кружков и студий, которые существуют на базе домов культуры. Как дети, так и взрослые могут посещать музыкальные, танцевальные, вокальные, театральные и другие занятия, развивать свои способности и навыки, а также учиться чему-либо новому.

В Пензе есть 10 Домов культуры (Далее ДК) и специализированных центров, в которых функционируют кружки и студии для детей и взрослых: ДК Железнодорожников им. Дзержинского, Многофункциональный молодежный центр, ДК «Заря», ДК «Маяковский», Дом народного творчества, Терновский ДК, ДКиД имени С.М. Кирова, Центр театрального искусства "Дом Мейерхольда", Центр хореографического искусства, Молодежный центр «Юность». [26]

В большинстве случаев такие учреждения посещают дети и подростки, пока учатся в школе. Но открыты они для всех желающих, независимо от возраста.

Кинотеатры из всех культурно-досуговых заведений являются самыми популярными как у жителей города, так и у жителей области. Здесь

население может увидеть новинки отечественного и зарубежного кинематографа.

В Пензе в настоящее время действуют 3 кинотеатра: «Высшая Лига», «Современник» и «Берлин Синема».

В городе также есть 4 ледовых катка: Ледовый каток «Высшая Лига», и 3 катка на базе спортивных комплексов – Дизель-Арены, «Золотой шайбы» и «Рубина». Зимой заливают открытые катки в разных частях города.

Посещение тренажерного зала стало модной тенденцией. В последние годы посещаемость залов возросла. Люди стали больше заботиться о своем здоровье и внешнем виде.

В Пензе насчитывается 5 дворцов спорта (на базе некоторых есть бассейны), около 20 тренажерных залов.

В настоящее время появляются самые разнообразные предложения в сфере досуга.

Например, большое распространение приобрели квест-комнаты. Чаще это квесты в стиле «Ужас», «Хоррор» со специальными декорациями и актерами. В Пензе таких квест-комнат разной тематики около 14 штук. Также есть услуга прохождения квеста или игры в виртуальной реальности.

В боулинг в Пензе можно поиграть в одном месте («Strike»). Бильярдных клубов насчитывается около 10.

В городе 2 батутных парка – «Молодежный» и «7 небо». Есть скалодром «Альпур». Есть 5 мест, где можно поиграть в лазерный бой (Лазертаг или лазерный бой - высокотехнологичная игра, суть которой состоит в поражении игроков-противников безопасными лазерными выстрелами из бластера-автомата) и 8 мест, где можно поиграть в пейнтбол.

В Пензе функционируют 6 мест для картинга.

Также существуют такие необычные места для проведения досуга как: Подземелье страха, Ленточный лабиринт, Зеркальный лабиринт и «антистрессовый аттракцион» - Бей посуду.

Также в Пензе огромное количество мест, где можно отдохнуть и перекусить (кафе, пиццерии, фудкорты). Есть большие торговые центры с большим количеством магазинов.

Таким образом, в городе Пензе наряду с традиционными культурными учреждениями (музеями, театрами, домами культуры и досуга, библиотеками и т.д.) существуют и появляются новые предложения в развлекательной сфере (батуты, скалодром, боулинг, пейнтбол, лазерный бой, квест-комнаты, квесты и игры в виртуальной реальности и т.д.). Разнообразные места и формы проведения досуга в городе дают возможность жителям получить новые эмоции и реализовать свою активность. Такая потребность населения способствует созданию в сфере досуга новых заведений, с новыми товарами и услугами. Потребление в области досуга подразумевают денежные затраты: посещение представлений, пользование спортивными сооружениями, обучение определенной деятельности и т.д. Многофункциональные культурно-досуговые центры, располагающие на своей территории функционирующие кинозалы, кафе, спортивные, игровые площадки находят спрос у всего населения из-за разнообразия предоставляемых услуг. Явно прослеживается тенденция все большей коммерциализации досуговой сферы.

Мы можем наблюдать достаточное разнообразие предоставляемых услуг в досугово-развлекательной сфере. Однако нельзя сказать, что этот сектор инфраструктуры развит в полной мере. Потому что некоторые ниши данной сферы в Пензенской области остаются незаполненными. К тому же результаты анкетного опроса и интервью демонстрируют достаточно низкий уровень посещаемости культурно-развлекательных заведений. Также жители Пензы говорили о недостаточности подобных заведений в городе.

2.4 Досуговые практики населения Пензенской области (обобщенные результаты проведенного исследования)

В рамках выпускной квалификационной работы было проведено социологическое исследование. Его цель заключалась в выявлении, анализе и характеристике досуговых предпочтений и практик жителей Пензенской области.

Все методы исследования взаимодополняли друг друга, давая ответы на интересующие нас вопросы.

Мы определили место ценности досуга в структуре ценностей респондентов. «Досуг, отдых» считают важной ценностью для себя 14,6% респондентов преимущественно возрастной категории 14-34 лет.

Затем мы определили досуговые практики в будние и выходные дни.

Выяснилось, что в будни респонденты предпочитают больше проводить досуг дома, а в выходные стараются выбираться из дома, чтобы провести досуг более активно и разнообразно. В выходные дни у респондентов увеличивается потребность в живом общении с друзьями, родственниками, знакомыми, в прогулках, в посещении кинотеатров, кафе, магазинов и пр., в поездках за город и занятии спортом. А потребность в просмотре телевизора, социальных сетях и онлайн общении, разных практиках проведения досуга в интернете и пассивном отдыхе уменьшается.

Анкетный опрос по квотной выборке, значительную часть которой составляют респонденты старших поколений, дал следующие результаты: 84,4% респондентов читают книги, 67,2% - проводят свой досуг в интернете, 87,5% опрошенных смотрят телевизор.

Респонденты крайне редко или вообще не посещают такие культурно-развлекательные заведения и мероприятия как шоу и концерты, дискотеки и ночные клубы, театры, музеи, выставки, галереи. Чаще респонденты посещают кинотеатры и кафе, бары, рестораны. Такие развлекательные

заведения для активного отдыха, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк и т.п. респонденты посещают достаточно редко. Практически все указанные выше заведения и мероприятия в большей степени и чаще посещают респонденты возрастных категорий 14-17, 18-24 и 25-34 лет. Большинство респондентов хотели бы чаще посещать культурно-развлекательные заведения. Они заявляют, что таких заведений в населенных пунктах их проживания нет или очень мало. Так, респонденты говорят о недостаточности парков, кинотеатров, спортивных залов/бассейнов, театров, творческих кружков по интересам, торгово-развлекательных центров, музеев/галерей и др.

В целом, большинство респондентов устраивает, как они проводят свой досуг.

Результаты анкетного опроса подтвердились анализом проведенных интервью. Так, было выявлено, что досуг в будни более пассивный и домашний. В выходные респонденты выбираются из дома, посещают различные кафе и магазины, ходят на прогулки, выезжают на природу, ездят в гости к родственникам.

Подтвердились результаты анкетного опроса по поводу посещения различных культурно-развлекательных заведений. Редко или не посещают респонденты всех возрастных категорий театры, музеи, концерты, галереи. Кинотеатры оказываются самыми посещаемыми среди интервьюируемых. Большинство респондентов хотели бы чаще посещать такие заведения и мероприятия. Ночные клубы, бары, дискотеки так же оказались редко посещаемыми среди респондентов. Развлекательные заведения для активного отдыха (каток, боулинг, батутный парк и т.п.) посещают 50% интервьюируемых, подавляющее большинство из которых делают это редко.

Достаточно высокие показатели, выявленные в анкетном опросе, по следующим способам проведения досуга подтверждаются результатами проведенных интервью: читают книги 19 респондентов, проводят свой досуг

посредством интернета 20 респондентов, смотрят телевизор 16 из 24 респондентов. У 16 человек есть хобби.

Как жители города, так и жители области обозначили проблему недостаточности таких культурно-развлекательных заведений и мест, как театры, спортивные комплексы и площадки, развлекательные центры для детей и взрослых. Но в большинстве случаев так высказывались сельские жители.

Рассматривая предложения в досуговой сфере в городе Пензе, мы обнаружили сочетание традиционных и инновационных форм и способов проведения досуга.

Такие культурные учреждения и заведения как театры, музеи, дворцы спорта и культуры, библиотеки, концертные залы и т.д. являются неотъемлемой частью досуговой инфраструктуры. Также не менее важны природные объекты – парки, скверы, аллеи. Однако современному человеку этого недостаточно – возрастает потребность в новых эмоциях и ощущениях. Появляются различные способы и формы проведения досуга, позволяющие человеку проявить свою активность, получить заряд энергии, или наоборот, вернуться в спокойное и гармоничное состояние. Такие развлекательные заведения пользуются популярностью в основном среди молодежи. Взрослое население посещает такие заведения очень редко.

Таким образом, досуговая инфраструктура с каждым днем становится разнообразнее. Многие формы проведения досуга в городе подразумевают материальные затраты, как и появляющиеся новые предложения и услуги в досуговой сфере. Заметна тенденция масштабной коммерциализации сферы досуга.

В ходе исследования обозначились две явно выраженные проблемы:

1. Респонденты очень редко посещают культурные учреждения и мероприятия (театры, музеи, концерты и т.д.), а также развлекательные заведения.

2. Большинство респондентов заявляют о недостаточном количестве подобных культурно-досуговых заведений в населенных пунктах их проживания.

С одной стороны, эти проблемы противоречат друг другу: респонденты не посещают культурные и развлекательные заведения и говорят об их недостаточном количестве. Мы предполагаем, что это связано с содержанием предоставляемых услуг, т.е. респондентов не устраивают те предложения в досуговой сфере, которые реализуются в городе и области.

С другой стороны, респонденты не посещают культурные и развлекательные заведения, потому что таковых нет в населенных пунктах их проживания. В связи с этим они говорят о недостаточном количестве подобных заведений.

Мы можем сделать вывод, что в настоящее время существует проблема дисбаланса между городской и сельской местностью в плане наличия культурных учреждений и развлекательных заведений, а также развития досуговой инфраструктуры. Нельзя забывать, что не только в городе есть жизнь. В сельской местности люди также хотят проводить свое свободное время разнообразно, посещая различные культурно-развлекательные заведения. Более того, нужно принять во внимание то, что культурно-досуговые учреждения являются для населения, прежде всего для молодежи, детей и подростков, территорией общения и досуга, способствующей раскрытию их самых различных способностей, воспитанию и просвещению подрастающего поколения. Однако зачастую вся культурная жизнь, особенно в малых населенных пунктах, сводится к дискотекам, формальным мероприятиям. Это приводит к пустому времяпровождению, чреватому социальными рисками и конфликтами. В следствие этого, та поддержка, которая оказывалась городу, в какой-то степени должна быть перенаправлена на сельскую культуру, дабы сократить разрыв между городом и селом по уровню обеспеченности культурными объектами.

Заключение

Досуг понимается как система различных видов деятельности человека, осуществляемая в свободное от непреложных непроездственных обязанностей время индивида и направленная на реализацию интересов и удовлетворение разнообразных потребностей людей. В настоящее время досуг занимает важное место в жизнедеятельности человека и общества, представляет собой пространство активной социально-культурной деятельности человека, средством развития культуры, а также является областью самореализации и самоактуализации личности. Досуг и досуговая деятельность предполагает свободную, креативную деятельность, не регламентированную кем-либо. Досуг выполняет различные функции: от отдыха и расслабления до саморазвития и самообразования. Его содержание обуславливают социально-демографические факторы (пол, возраст, место проживания, семейное и материальное положение человека), индивидуально-личностные характеристики (способности и наклонности, ценностные установки, уровень духовной культуры человека) и условия среды (наличие культурных и развлекательных мест для проведения досуга).

Существует множество подходов к изучению досуговых практик. Существует отдельная отрасль социологии – социология досуга. В рамках ее изучения находятся поведение людей и социальных групп в свободное время, а также функционирование учреждений культуры. Социология досуга изучает способы удовлетворения потребностей в отдыхе, общении, развлечении, творчестве.

С одной стороны, в сфере организации досуга населения углубляются инновационные процессы. Появляются новые небывалые прежде формы и виды культурно-досуговой деятельности. С другой стороны, происходит все большее обезличивание человека и обеднение наполненности свободного времени. Индивид становится потребителем технических

усовершенствований, а не самостоятельной, творческой и активной личностью в досуговой сфере; он становится пассивным потребителем культуры.

В заключение исследования можно утверждать, что поставленная ранее цель была достигнута и задачи решены в полном объеме. Мы рассмотрели и проанализировали научную литературу по проблематике досуга и досуговых практик, определили основные подходы к изучению данной темы. Были определены особенности досуговых практик в постиндустриальном обществе. Были проведены социологические исследования – анкетный опрос и интервью, в которых были выявлены предпочтения и практики населения Пензенской области в досуговой сфере, были выявлены зависимости между различными социально-демографическими характеристиками жителей области и их предпочтениями и практиками в сфере досуга. Была выявлена проблема неудовлетворенности населением области отсутствием разнообразия культурно-развлекательных заведений и мест в населенных пунктах их проживания. Были также проанализированы предложения в сфере досуга в городе Пензе, в котором сосредоточены разнообразные места отдыха, развлечений, учреждений культуры.

Гипотезы, выдвинутые в начале исследования, подтвердились. Молодежь является более активной в плане проведения своего досуга. Представители данной возрастной группы чаще посещают культурные и развлекательные заведения. Кафе, бары, рестораны респонденты 18-34 лет чаще посещают «2-3 раза в неделю», «1 раз в неделю», «2-3 раза в месяц» и «1 раз в месяц». В то время как респонденты 35-59 лет чаще на данный вопрос отвечали «1 раз в 2-3 месяца» и «1 раз в полгода», а респонденты возраста от 60 лет – «Раз в год», «Не посещаю». Респонденты 14-34 лет в большинстве случаев указывали, что посещают дискотеки и ночные клубы. Результаты исследования показали, что респонденты 14-17 и 18-24 лет чаще посещают музеи, выставки галереи. Такие развлекательные заведения, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк достаточно часто посещают

преимущественно респонденты 18-34 лет. Молодежь реже смотрит телевизор, читает книги так же часто как взрослое население, но проводит больше свободного времени в интернете, по сравнению со старшими поколениями.

Жители области (по сравнению с жителями города Пензы) в большей степени не удовлетворены разнообразием предложений в сфере досуга в населенных пунктах их проживания. 65,6% респондентов указали, что для удовлетворения их собственных досуговых потребностей недостаточно мест и заведений в населенных пунктах их проживания (треть из них – жители города Пензы, две трети – жители области). Результаты интервью показали, что из 24 интервьюируемых таких заведений недостаточно для 10 жителей области и 6 жителей города Пензы.

На основе полученных данных в качестве рекомендаций хотелось бы предложить социокультурный проект под названием «Моя Пенза – моя история». Целью проекта является создание новой социокультурной услуги - предоставление аудиогидов по различным культурно-историческим местам города Пензы, а также исторических фотографий культурно-значимых мест для населения Пензенской области, а также туристов. Данная услуга будет реализовываться через мобильное приложение, установленное на смартфон.

Актуальность и новизна проекта заключается в том, что на сегодняшний день аудиогидов о городе и его исторических местах и объектах нет. А ведь Пенза является культурным центром области, в котором сосредоточены исторические памятники. Данное приложение позволит каждому желающему жителю города, области или туристу без труда, в любое время суток насладиться прекрасной экскурсией по Пензе. Внедрение аудиогидов и библиотеки исторических фотографий позволит городу Пензе расширить спектр услуг для жителей и посетителей и преодолеть проблемы, связанные с отсутствием экскурсоводов. (см. приложение 4)

Список использованной литературы:

1. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика организации: учеб. пособие для студ. вузов. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. Акимова Л. А. Социология досуга: учеб. пособие. - М. : МГИК, 2003. – 123 с.
3. А на досуге мы танцуем буги-вуги? / Всероссийский центр изучения общественного мнения. Пресс-выпуск. 29 нояб., 2017. № 3524. [Электронный ресурс] - URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116559> (дата обращения: 10.02.2019).
4. Ариарский М. А. Прикладная культурология. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 288с.
5. Бауман З. Текучая современность : пер. с англ. - СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
6. Бутонова, Н. В. Досуговые практики в современной культуре // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. - 2012. - Т. 2, № 1. - С. 201-210.
7. Важно и «неважно»: парадные и реальные жизненные ценности россиян / Всероссийский центр изучения общественного мнения. 18 апр, 2014. [Электронный ресурс] - URL: <https://wciom.ru/index.php?id=237&uid=8094> (дата обращения: 10.03.2019).
8. Вебер М. Основные социологические понятия. Избранные произведения : пер. с нем. /Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденоко. - М. : Прогресс, 1990. – 603 с.
9. ВЦИОМ: число россиян, проводящих досуг за просмотром ТВ, снизилось вдвое за семь лет. 29 нояб., 2017. [Электронный ресурс] - URL: <https://wciom.ru/index.php?id=238&uid=8815> (дата обращения: 11.03.2019).

10. Головина Г. В. Функции досуговой деятельности как наиболее значимые ее характеристики в аспекте соответствия потребностям членов общества // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. - 2011. - № 4. - С. 165-170.
11. Гришина А. А. Досуг в обществе потребления: основные тенденции восприятия // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 4. – С. 75-79.
12. Грушин Б. А. Свободное время. Актуальные проблемы // Большая советская энциклопедия : [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М. : Советская энциклопедия, 1969—1978. [Электронный ресурс]. – URL: <https://bse.slovaronline.com/> (дата обращения: 05.02.2019).
13. Дюмазедье Ж. На пути к цивилизации досуга // Вестник Московского Университета. Серия 12. Социально-политические исследования. - М., 1993. - №1 – С.83-88.
14. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда // Западно-европейская социология 19 - начала 20 веков. - М., 1996. – 301 с.
15. Жизненные приоритеты россиян: семья, деньги или творчество? / Всероссийский центр изучения общественного мнения. 7 июн., 2017. [Электронный ресурс] - URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116264> (дата обращения: 11.03.2019).
16. Захаров А. В. Развлечение sub specie социологии // Социологические исследования. - М., 2008. - № 1. – С. 106-114.
17. Звоновский В. Б., Луцева С. Ю. Досуговые предпочтения молодежи // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2002. № 5 (61). - С. 59-66.
18. Либерова М. С. Досуговые предпочтения молодежи / М. С. Либерова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2009. – № 2. – С. 83–93.

19. Лукина В. С. Анализ культурно-досуговых предпочтений жителей города Якутска // Теория и практика общественного развития. – 2015. - № 21. – С. 19-21.
20. Министерство культуры и туризма Пензенской области. [Электронный ресурс] - URL: <http://minkult.pnzreg.ru/> (дата обращения: 12.03.2019).
21. Михайлова Л. И. Социология культуры: учебн. пособие. - М.: Дашков и К, 2005. – 344 с.
22. Новейший социологический словарь: понятия и персоналии, направления и школы, тексты и их анализ, методы сбора и анализа данных: около 1300 аналитических статей / сост.: А.А.Грицанов и др.; редкол.: А. А. Грицанов (председатель) и др. - Минск: Книжный Дом, 2010. - 1310 с.
23. Ночь музеев / Всероссийский центр изучения общественного мнения. Пресс-выпуск. 20 мая 2016. № 3108. [Электронный ресурс] - URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115695> (дата обращения 13.02.2019).
24. Отдых в Пензе. [Электронный ресурс] - URL: <http://www.restinpenza.ru/> (дата обращения: 14.03.2019).
25. Парки, сады и скверы России. [Электронный ресурс] - URL: <https://topparki.ru/parki-i-skvery-penzy/> (дата обращения: 15.03.2019).
26. Пенза Афиша: городская афиша мероприятий и событий города Пензы. [Электронный ресурс] - URL: <http://penza-afisha.ru/org.php?id=12> (дата обращения: 15.03.2019).
27. Петровская М. Е. Особенности досуговой жизнедеятельности студентов: социологический анализ // Сервис plus. – 2011. – № 3 - С. 43-48.
28. Понукалина О. В. Досуг в теоретическом дискурсе социологии: подходы к исследованию // Вестник Поволжского института управления. - 2017. - Том 17. - № 6 – С. 83-89.
29. Понукалина О. В. Специфика показного потребления досуга в условиях общества постмодерна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2009. - № 1 – С. 301-304.

30. Прозорова, Д. В. Трансформация форм проведения досуга молодежи в условиях постиндустриального общества // Смоленский медицинский альманах. - 2015. - № 3. - С. 64-68.
31. Смаргович И. Л. Основы культурно-досуговой деятельности: учебн.-метод. пособие / И. Л. Смаргович; Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.
32. Спенсер Г. Опыты научные, политические и философские / пер. с англ. М.В.Козлов под ред. Я. А. Рубакина. – Минск : Совр. Литератор, 1998. – 1407 с.
33. Справочник Пензы. [Электронный ресурс] - URL: <https://penza.spravker.ru/kulturnyie-tsentryi/> (дата обращения: 10.04.2019).
34. Стеббинс Р. А. Свободное время: К оптимальному стилю досуга // Социологические исследования. - 2000. - № 7. - С. 64-72.
35. Стрельцов Ю. А. Культурология досуга: учебное пособие. - Изд. 2-е. - М. : МГУКИ, 2003. - 296 с.
36. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области. [Электронный ресурс] - URL: <http://pnz.gks.ru/> (дата обращения: 15.01.2019).
37. Ульянова М. В. Организация досуговой деятельности // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. - 2000. - № 1. - С. 45-48
38. Управлении культуры города Пензы [Электронный ресурс] - URL: <http://культурапенза.рф/> (дата обращения: 17.04.2019).
39. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация // Массовая культура: современные западные исследования. - М. : Прагматика культуры, 2005. – С. 136-150.

Приложение 1

Уважаемый респондент!

Исследовательская группа проводит опрос на тему

«Досуговые предпочтения и практики жителей Пензенской области»

Просим Вас принять участие и ответить на вопросы, представленные в анкете.

Просим Вас отвечать искренне и работать самостоятельно.

Опрос проводится анонимно, все результаты будут использоваться только в обобщенном виде.

- 1. Какие из перечисленных ценностей являются наиболее важными для Вас? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)**

- 001. Семья и дети;
- 002. Надежные и верные друзья;
- 003. Здоровье;
- 004. Материальное благополучие;
- 005. Работа, карьера;
- 006. Досуг, отдых.

- 2. На что Вы обычно тратите свободное время в будние дни? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)**

- 007. Живое общение с друзьями, родственниками, знакомыми;
- 008. Социальные сети и онлайн общение;
- 009. Просмотр телевизора;
- 010. Просмотр фильмов, сериалов в интернете;
- 011. Просмотр новостей в интернете;
- 012. Чтение книг;
- 013. Посещение кинотеатров, кафе, магазинов и пр.;
- 014. Прогулки;
- 015. Занятие спортом;
- 016. Творчество (музыка, рисование, пение и т.п.);
- 017. Пассивный отдых (ничего не делаю);
- 018. Другое _____

- 3. Сколько обычно у Вас есть свободного времени в будние дни?**

- 019. Меньше часа;
- 020. От часа до двух часов;
- 021. От двух до четырех часов;
- 022. Больше четырех часов;
- 023. Нет свободного времени.

- 4. С кем чаще всего Вы проводите свой досуг?**

- 024. В одиночестве;
- 025. С друзьями;
- 026. С семьей;
- 027. Со своим(ей) парнем/девушкой.

5. Как обычно Вы проводите свой досуг в выходные дни? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)

- 028. Живое общение с друзьями, родственниками, знакомыми;
- 029. Социальные сети и онлайн общение;
- 030. Просмотр телевизора;
- 031. Просмотр фильмов, сериалов в интернете;
- 032. Просмотр новостей в интернете;
- 033. Чтение книг;
- 034. Посещение кинотеатров, кафе, магазинов и пр.;
- 035. Прогулки;
- 036. Занятие спортом;
- 037. Творчество (музыка, рисование, пение и т.п.)
- 038. Поездки за город;
- 039. Пассивный отдых (ничего не делаю);
- 040. Другое _____

6. Чем чаще всего Вы руководствуетесь при выборе досуга?

- 041. Желанием отдохнуть, расслабиться;
- 042. Потребностью в изучении чего-то нового;
- 043. Желанием ничего не делать;
- 044. Потребностью в смене обстановки;
- 045. Потребностью в общении;
- 046. Желанием повеселиться и развлечься;
- 047. Другое _____

7. Посещаете ли Вы следующие мероприятия и места и как часто это делаете? Дайте ответ по каждой строке.

	2-3 раза в неде лю	1 раз в недел ю	2-3 раза в меся ц	1 раз в меся ц	1 раз в 2-3 меся ца	1 раз в полго да	Раз в год	Не посеща ю
Кинотеатр ы	048.	049.	050.	051.	052.	053.	054.	055.
Кафе, бары, рестораны	056.	057.	058.	059.	060.	061.	062.	063.
Театры	064.	065.	066.	067.	068.	069.	070.	071.
Шоу, концерты	072.	073.	074.	075.	076.	077.	078.	079.
Музеи, выставки, галереи	080.	081.	082.	083.	084.	085.	086.	087.
Дискоотеки, ночные клубы	088.	089.	090.	091.	092.	093.	094.	095.

8. Хотелось бы Вам чаще посещать культурные заведения?

096. Да, хотелось бы;

097. Нет, меня устраивает частота посещения культурно-развлекательных заведений.

Если вы выбрали вариант «Нет, меня устраивает частота посещения культурно-развлекательных заведений», то переходите к вопросу №10.

9. По какой(им) причине(ам) Вы посещаете культурно развлекательные заведения реже желаемого?

098. Нет свободного времени;

099. Финансовые трудности;

100. Не позволяет здоровье;

101. Нет компании;

102. В моем населенном пункте нет или очень мало таких мест;

103. Другое _____

10. Читаете ли Вы книги?

104. Да, часто, не представляю свою жизнь без чтения;

105. Иногда, порой не хватает времени на чтение;

106. Редко, я не очень люблю читать;

107. Нет, я не читаю книги.

Если Вы выбрали вариант «Нет, я не читаю книги», то переходите к вопросу №12.

11. Книги каких жанров Вы предпочитаете? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)

108. Научные книги;

109. Научно-популярные;

110. Классическая литература;

111. Фантастика;

112. Приключения;

113. Любовные романы;

114. Исторические;

115. Детективы;

116. Другое _____

12. Проводите ли Вы свой досуг посредством интернета?

117. Да, очень часто провожу свой досуг в интернете;

118. Да, иногда, примерно наравне с другими занятиями в свободное время;

119. Да, но очень редко, больше предпочитаю другие формы досуга;

120. Нет, провожу свой досуг без интернета.

13. Для чего чаще всего Вы используете интернет как форму проведения досуга? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)

121. Смотрю фильмы, сериалы;

122. Смотрю различные видеоролики;

123. Играю в игры;

124. Общаюсь с друзьями и родственниками;

- 125. Читаю и просматриваю новости;
- 126. Слушаю музыку;
- 127. Читаю книги;
- 128. «Сижу» в социальных сетях;
- 129. Занимаюсь самообразованием, изучаю что-то новое (например, читаю статьи, учу иностранные языки и т.д.);
- 130.
- Другое _____

14. Как часто Вы смотрите телевизор?

- 131. Смотрю очень часто;
- 132. Смотрю иногда;
- 133. Смотрю крайне редко;
- 134. Не смотрю телевизор.

15. Что обычно Вы смотрите по телевизору? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)

- 135. Новостные передачи;
- 136. Фильмы, сериалы;
- 137. Реалити-шоу;
- 138. Мультфильмы;
- 149. Развлекательные ток-шоу;
- 140. Юмористические передачи;
- 141. Спортивные программы;
- 142. Познавательные, научно-популярные программы;
- 143. Музыкальные передачи;
- 144.
- Другое _____

16. Посещаете ли Вы такие развлекательные заведения, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк и т.п.?

- 145. Да, достаточно часто;
- 146. Да, иногда;
- 147. Да, но очень редко;
- 148. Нет, не посещаю.

17. Где обычно Вы проводите свой отпуск/каникулы?

- 149. Дома;
- 150. За городом, на даче;
- 151. В другом городе России;
- 152. За границей.

18. Есть ли у Вас хобби?

- 153. Да;
- 154. Нет.

Если Вы ответили «Нет» переходите к вопросу №20.

19. Что из перечисленного Вы можете назвать своим(и) хобби. (Можно выбрать несколько вариантов)

- 155. Пение;
- 156. Танцы;
- 157. Игра на музыкальном инструменте;
- 158. Рукоделие;
- 159. Спорт;
- 160. Чтение
- 161. Компьютерные игры;
- 162. Фотография;
- 163. Живопись;
- 165. Другое _____

20. Достаточно ли заведений, мест в Вашем городе (поселке, селе, деревне и т.п.) для удовлетворения Ваших досуговых потребностей?

- 166. Да, вполне достаточно;
- 167. Нет, недостаточно.

21. Как Вы считаете, достаточно ли заведений, мест в Вашем городе (поселке, селе, деревне) для удовлетворения досуговых потребностей его населения в целом?

- 168. Да, достаточно;
- 169. Нет, недостаточно.

Если Вы ответили «Да, достаточно», то переходите к вопросу №23.

22. Как Вы считаете, каких заведений, мест не хватает в Вашем городе (селе, деревне и т.д.)?

- 170. Библиотека;
- 171. Кинотеатр;
- 172. Парк;
- 173. Музей/галерея;
- 174. Спортивный зал/бассейн;
- 175. Театр;
- 176. Торгово-развлекательный центр;
- 177. Творческие кружки по интересам;
- 178. Другое _____

23. Устраивает ли Вас, как Вы проводите свой досуг?

- 179. Устраивает полностью;
- 180. Скорее устраивает;
- 181. Скорее не устраивает;
- 182. Полностью не устраивает.

24. Укажите, пожалуйста, Ваш пол.

- 183. Мужской;
- 184. Женский.

25. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст.

- 185. 14-17;
- 186. 18-24;
- 187. 25-34;
- 188. 35-44;
- 189. 45-59;
- 190. От 60.

26. Укажите место Вашего постоянного проживания.

- 191. Г. Пенза;
- 192. Районный центр/поселок городского типа;
- 193. Район (село, деревня и т.п.).

27. Укажите Ваше семейное положение.

- 194. Женат/Замужем;
- 195. Есть молодой человек/девушка;
- 196. Холост(-а).

28. Пожалуйста, укажите, каково финансовое положение Вашей семьи.

- 197. Денег с трудом хватает на питание и одежду;
- 198. Денег хватает на питание и одежду, но для покупки бытовой техники нам необходимо копить ;
- 199. Денег хватает на покупку основной бытовой техники, но недостаточно для дорогостоящих приобретений (машина, квартира);
- 200. Мы не испытываем никаких финансовых трудностей.

Спасибо за участие!

Приложение 2

Гайд-интервью:

1. Есть ли у вас свободное время в будние, рабочие дни? Сколько?
2. Как проводите это время (не считая домашних дел)? На что тратите? Хватает ли? Если было бы больше, на что потратили бы?
3. Как проводите свой досуг в выходные? С кем? Куда ходите? Как часто?
4. С кем предпочитаете проводить свой досуг, свободное время (в будни, выходные)?
5. Посещаете ли вы кинотеатры, театры, музеи и концерты? Если да, то как часто?
6. Хотелось бы вам посещать культурные заведения чаще? Если да, то по каким причинам посещаете реже желаемого?
7. Посещаете ли вы ночные клубы или дискотеки? Как часто?
8. Читаете ли Вы книги? Как часто? Какие жанры предпочитаете?
9. Проводите ли вы свой досуг посредством интернета? Для чего чаще всего используете интернет как форму проведения досуга?
10. Смотрите ли вы телевизор? Как часто? Что предпочитаете смотреть?
11. Посещаете ли Вы такие развлекательные заведения для активного отдыха, как боулинг, бильярд, каток, батутный парк и т.п.? Как часто?
12. Как проводите отпуск/каникулы? Куда ездите? С кем?
13. Есть ли у вас хобби, увлечение, любимое занятие? Что это? Сколько времени уделяете ему?
14. Как вы считаете, достаточно ли в населенном пункте вашего постоянного проживания мест для удовлетворения ваших досуговых потребностей? Чего не хватает именно Вам и чего не хватает вообще?
15. В целом, вас устраивает, как вы проводите свой досуг? Может, хотелось бы еще чем-нибудь заняться?
16. Возраст, населенный пункт (город/пгт/село), семейное положение.

Приложение 3

Какие из перечисленных ценностей являются наиболее важными для Вас? (Выберите до 3-ех вариантов ответа)



Рис. 3.1

Сколько обычно у Вас есть свободного времени в будние дни?

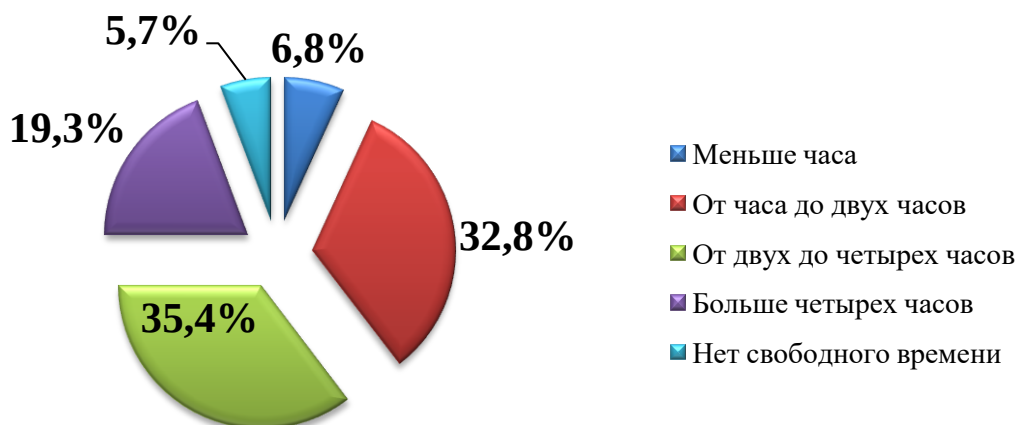


Рис. 3.2

С кем чаще всего Вы проводите свой досуг?

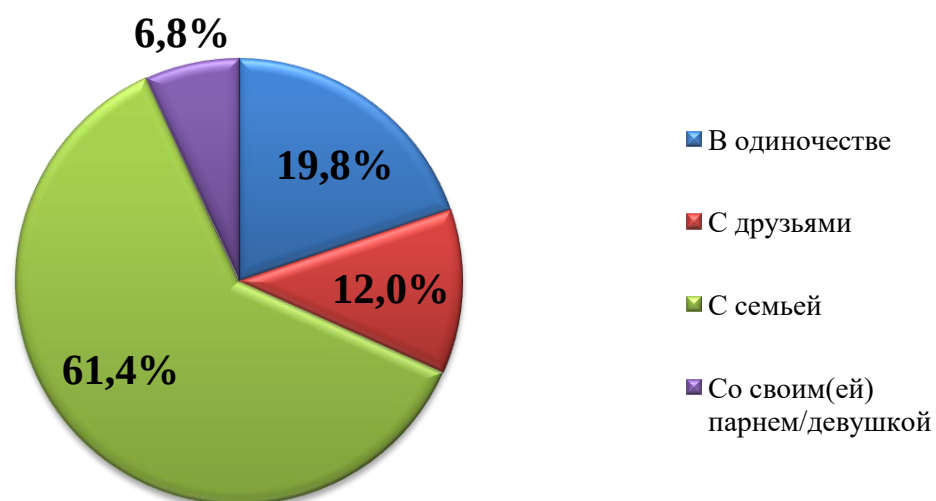


Рис. 3.3

Хотелось бы Вам посещать культурно-развлекательные заведения чаще?

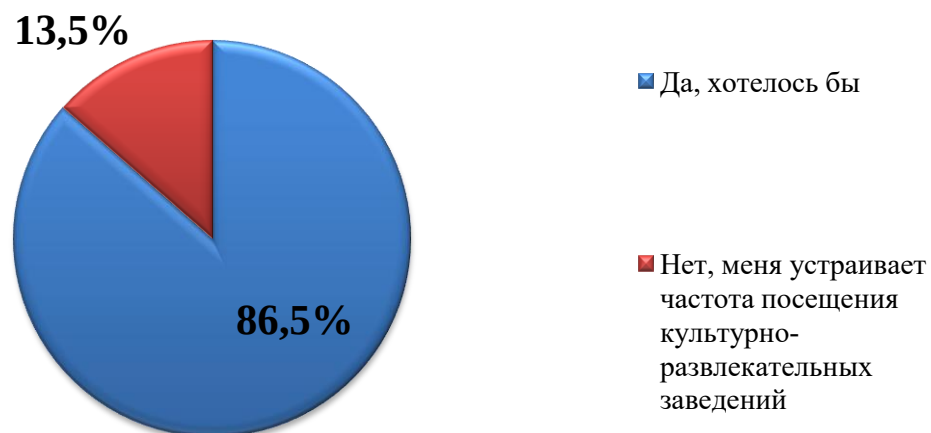


Рис. 3.4

**Книги каких жанров Вы предпочитаете?
(Выберите до 3-ех вариантов ответа)**



Рис. 3.5

**Что обычно Вы смотрите по телевизору?
(Выберите до 3-ех вариантов ответа)**



Рис. 3.6



Рис. 3.7

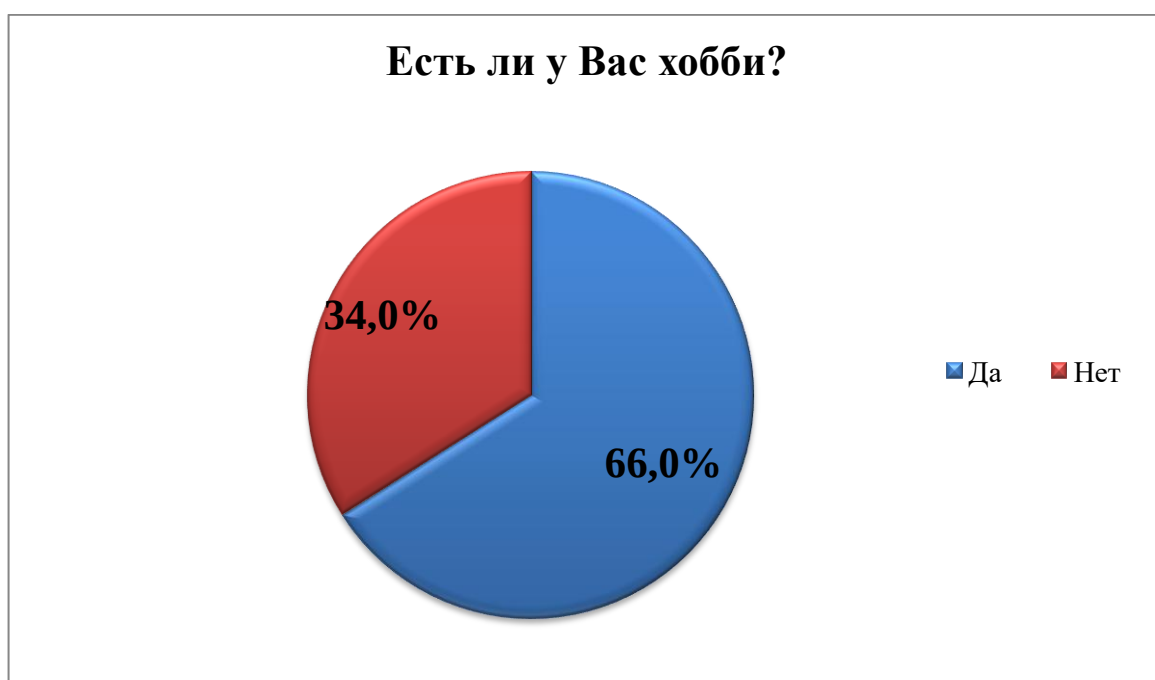


Рис. 3.8

**Достаточно ли заведений, мест в Вашем городе
(поселке, селе, деревне и т.п.) для
удовлетворения Ваших досуговых
потребностей?**

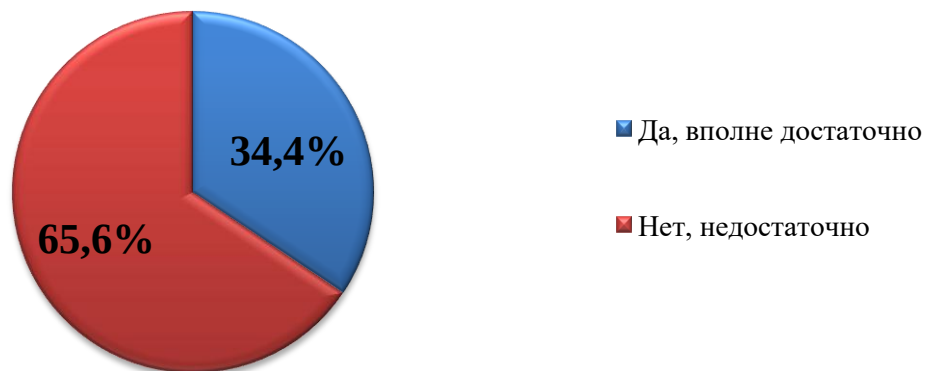


Рис. 3.9

**Как Вы считаете, достаточно ли заведений,
мест в Вашем городе (поселке, селе, деревне и
т.п.) для удовлетворения досуговых
потребностей его населения в целом?**

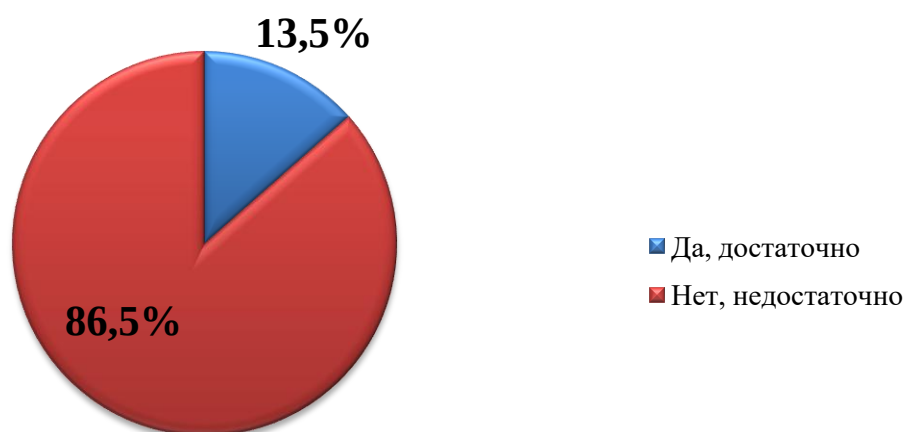


Рис. 3.10

**Устраивает ли Вас, как Вы проводите свой
досуг?**

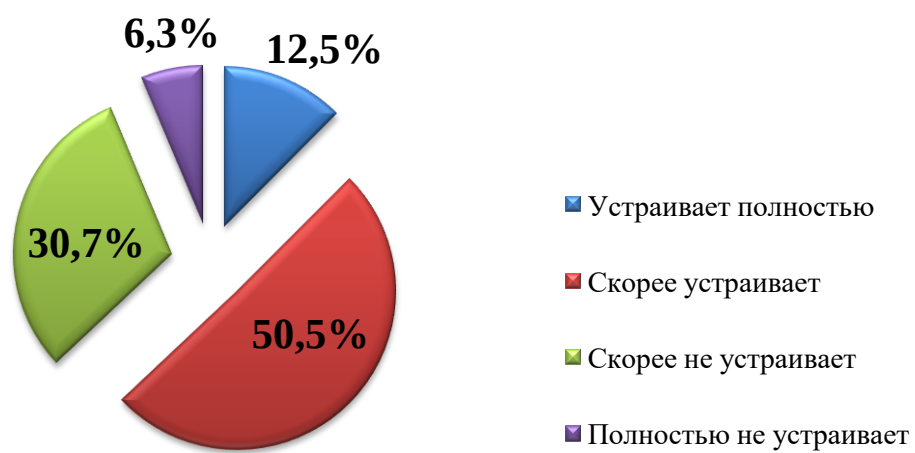


Рис. 3.11

Приложение 4

Социально-культурный проект «Моя Пенза – моя история».

Целью проекта является создание новой социокультурной услуги - предоставление аудиогидов по различным культурно-историческим местам города Пензы, а также исторических фотографий культурно-значимых мест для населения Пензенской области, а также туристов. Данная услуга будет реализовываться через мобильное приложение, установленное на смартфон.

Задачами проекта являются:

1. Построение культурно-исторических маршрутов города Пензы, определение исторически значимых культурных объектов;
2. Запись аудио о различных культурно-исторических местах и объектах города Пензы;
3. Подготовка исторических фотографий культурно-значимых мест города;
4. Создание мобильного приложения для операционных систем Android и IOS, с обозначением культурных объектов, мест и маршрутов на карте.

Актуальность проекта заключается в том, что каждый желающий житель города, области или турист мог бы без труда, в любое время суток насладиться прекрасной экскурсией по Пензе. На сегодняшний день аудиогидов о городе и его исторических местах и объектах нет. А ведь Пенза является культурным центром области, в котором сосредоточены исторические памятники – уникальные постройки и сооружения. Внедрение аудиогидов и библиотеки исторических фотографий позволит городу Пензе расширить спектр услуг для жителей и посетителей и преодолеть проблемы, связанные с отсутствием экскурсоводов. Использование данной услуги предоставит свободу в построении экскурсионного маршрута.

Суть проекта заключается в следующем: находясь в определенной точке города, человек через данное приложение сможет узнать, какие культурно-исторические объекты есть недалеко от него. Затем, выбрав необходимый объект в мобильном приложении, он сможет прослушать аудио об этом объекте (его историю), посмотреть исторические фотографии данного объекта или места находясь непосредственно около него. Помимо отдельных культурных объектов в приложении будут представлены целые маршруты по исторически значимым улицам города, на которых расположены главные достопримечательности и места Пензы.

Например, улица Московская, расположенная в историческом центре, является одной из старейших улиц города. Эта улица имеет интересную историю. Она переименовывалась, была торговым центром, именно тут местные купцы начали строить первые двухэтажные дома, а в начале 20 века здесь было проведено электрическое освещение. Главной достопримечательностью Московской улицы является Пензенский драматический театр им. А.В. Луначарского. Также интересными и важными считаются часы с кукушкой и огромный градусник. Здесь же, на главной улице города, расположена Фонтанная площадь.

Также культурно значимой является улица Володарского. На этой улице находятся многие исторические здания. Например, на углу улиц Володарского и К. Маркса расположено здание, построенное в начале XIX века, принадлежавшее Г.Д. Столыпину, родственнику Е. А. Арсеньевой. В доме Столыпина останавливался маленький Миша Лермонтов вместе с бабушкой в 1817-1818 годах. Позднее в этом доме размещалась гостиница. В годы гражданской войны здесь располагался политотдел Уральского военного округа и редакция газеты «На Красный Урал». Позднее находилось общежитие партийной школы, а сейчас — профессиональное училище. Как это здание, так и вся улица имеет интересную историю.

Нельзя не упомянуть улицу Кирова, которая также является одной из старейших улиц города. Здесь находятся главные достопримечательности

Пензы, её интересные места: Областная библиотека им. М.Ю. Лермонтова, Оборонительный вал города Пензы, Памятник «Первопоселенец», Бывший Пензенский Спасо-Преображенский монастырь (сейчас Преображенский Пензенский мужской монастырь), Музей одной картины им. Г.В.Мясникова, Литературный музей, Троицкий женский монастырь и многое другое.

Исторический центр Пензы включает и другие улицы: Советскую, Красную, Лермонтову и др. Здесь находится много интересных музеев - Музей одной картины, Картинная галерея, Литературный музей, Дом Мейерхольда, Музей народного творчества, музей Ключевского и т.д. Всего не перечить.

Многие исторические здания Города Пензы переименовывались, в них располагались совершенно разные организации и учреждения. Все эти изменения являются неотъемлемой частью города, они очень интересны и разнообразны. Поэтому, прогуливаясь по одной из таких улиц, человек сможет прослушать ее историю, историю ее культурно значимых объектов, посмотреть, как улицы, здания выглядели раньше, при этом находясь непосредственно там и видя все это своими глазами в настоящее время.

Чтобы пользоваться данным приложением человеку нужно будет пройти небольшую регистрацию при его установлении на смартфон. Регистрация подразумевает собой анкету, в которой человек указывает свой возраст, пол, а также место проживания (город Пенза, город, село, деревня Пензенской области, какой-либо другой город России, другая страна). Эти данные могут использоваться в дальнейшем для учета того, кто пользовался данным приложением.

В данном приложении возможно взаимодействие между его модератором и обычными пользователями. Суть такого взаимодействия заключается в том, что пользователи смогут дополнять данное приложение новой информацией, фотографиями исторических мест и объектов, отправляя эти данные на обработку модератору приложения. Затем модератор, проверив достоверность полученной информации, сможет

отправить ее администратору приложения для размещения. В дальнейшем помимо города Пензы данная услуга будет распространяться и на Пензенскую область.

В реализации данного проекта партнерами могут быть Институт регионального развития Пензенской области, представители культурных учреждений (музеев, театров), образовательных учреждений (преподаватели исторических и культурологических дисциплин), а также возможно получение гранта на реализацию проекта.