

UDC 316.614.5  
DOI: 10.46591/PSJM.2020.0302.0003

## КУЛЬТУРНАЯ ЦИФРОВАЯ СРЕДА КАК ФОРМА СЕМЕЙНОГО ДОСУГА В МАССОВОМ ОБЩЕСТВЕ

© 2020  
SPIN-код: 1255-7528  
AuthorID: 655672

**Иванова Татьяна Николаевна**, доктор социологических наук,  
доцент кафедры «Социология»

**Симонян Аревик Вардановна**, студент кафедры «Социология»

*Тольяттинский государственный университет*

(445020, Россия, Тольятти, ул. Белорусская, 16В, e-mail: arevik.simon@yandex.ru)

**Аннотация.** В статье авторы рассматривают теоретические аспекты массового общества и анализируют культурную цифровую среду современного семейного досуга. В статье авторы акцентируют внимание на цифровизации в сфере культуры. Кроме того, авторы подчеркивают, что в рамках реализации Национального проекта (целевые показатели до 2024 года) в сфере культуры планируется увеличение на 15% числа посещений организаций культуры и увеличение числа обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры в 5 раз. Статья посвящена теоретико-методологической базе изучения проблемы культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе, где массовое общество опирается на действие масс. Массы состоят из людей, которые помещены в урбанизированную среду, составленную из множества таких же апатичных, изолированных индивидов, которые также обладают свойством атомизации.

**Ключевые слова:** культурная цифровая среда, семейный досуг, массовое общество, проект, ресурс, виртуальность, просвещение, образование.

## CULTURAL DIGITAL ENVIRONMENT AS A FORM OF FAMILY LEISURE IN MASS SOCIETY

© 2020

**Ivanova Tatyana Nikolaevna**, Doctor of Sociology, Associate Professor  
of the Department "Sociology"

**Simonyan Arevik Vardanovna**, student of the Department of Sociology

*Togliatti State University*

(445020, Russia, Togliatti, Belorusskaya str., 16B, e-mail: arevik.simon@yandex.ru)

**Abstract.** In the article, the authors consider the theoretical aspects of mass society and analyze the cultural digital environment of modern family leisure. In the article, the authors focus on digitalization in the field of culture. In addition, the authors emphasize that within the framework of the implementation of the National Project (targets up to 2024) in the field of culture, it is planned to increase by 15% the number of visits to cultural organizations and increase the number of calls to digital resources in the field of culture by 5 times. The article is devoted to the theoretical and methodological basis for studying the problem of the cultural digital environment of family leisure in a mass society, where a mass society relies on the action of the masses. The masses are composed of people who are placed in an urbanized environment composed of many similarly apathetic, isolated individuals who also have the property of atomization.

**Keywords:** cultural digital environment, family leisure, mass society, project, resource, virtuality, enlightenment, education.

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.*

В рамках реализации Национального проекта (целевые показатели до 2024 года) в сфере культуры планируется увеличение на 15% числа посещений организаций культуры и увеличение числа обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры в 5 раз.

В рамках увеличения числа обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры до 2024 года понимается создание 500 виртуальных концертных залов, 600 онлайн-трансляций мероприятий на портале «Культура.РФ», 450 новых мультимедиа-гидов с использованием технологии дополненной реальности. Также до 2024 года в планах создание 48 книжных памятников, оцифрованных и включенных в Национальную электронную библиотеку [1, с. 31].

Также говоря об актуальности исследования, важно проанализировать культурную жизнь города Тольятти. Обратимся к Стратегии социально-экономического развития городского округа Тольятти до 2030 года. В рамках усовершенствования культурной жизни города стоят две основные задачи:

- вовлечение горожан в культурную жизнь города;
- переход к современным форматам организации культурно-досуговой деятельности для разностороннего развития личности.

Для цифровой среды в контексте современного семейного досуга актуальны следующие мероприятия:

- информирование граждан о культурной жизни города (создание единого информационного ресурса с информацией о культурных мероприятиях городского

округа; создание виртуальных групп в сети Интернет, создание календаря городских культурных событий, масштабные рекламные акции и др.);

- обеспечение раннего развития, семейного просвещения, инклюзивного образования в сфере культуры;
- содействие развитию независимых культурных институтов (выставочных центров, галерей, клубов и пр.);
- развитие внебюджетных форм культурного обслуживания населения, например, на территории парков, скверов и открытых площадках города;
- создание системы матричных площадок для проведения культурных мероприятий и развития молодежного творчества;
- популяризации онлайн просвещения в сфере культуры.

Основные мероприятия по переходу к современным форматам:

- переориентация деятельности библиотек на организацию пространства для проведения досуга с сохранением традиционной составляющей;

- организация современных форматов театральных постановок (к примеру, интерактивных спектаклей с участием зрителей);

- ежегодное проведение специализированной ночи театра с перенесением сцены в нетрадиционные места – в ангары заводов, промышленные площадки;

- создание на базе существующих городских интерактивных музеев с элементами мультимедиа, 3D-технологий, проведение регулярных мультимедийных экспозиций [2].

Актуальность проблемы семейного досуга обуслов-

лена тем, что варианты досуга для советских семей в городе отвечали необходимым требованиям того времени, и, в общем, ничего качественно нового в них по большей части не требовалось. К примеру, родители ходили с детьми в кино по доступным абонементам, редко, но все же выбирались в городские театры, устраивали совместные посиделки по вечерам и по случаю памятных дат [3].

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы.*

Теоретический анализ специфики цифровой среды семейного досуга в условиях массового общества всегда находится в центре внимания социологов и представителей различных областей наук. Такие труды, как «Масса и власть» Э. Канетти, «Зарождение сетевого общества» Мануэля Кастельса, «Возможности и последствия проведения досуга посредством использования цифровых технологий» О. Н. Фаблиновой, «Досуг в обществе массового потребления: концептуальные рамки исследования» О. В. Понукальной, «К вопросу о коммуникативной стратегии современного массового общества» О. В. Красноярской, «Традиции и инновации в организации досуга молодых семей в учреждениях культуры» Г. А. Баландинной стали огромным вкладом в изучении данной проблемы.

Важную роль в развитии массового общества сыграла индустрия массового досуга и развлечений. Начиная с 50-х годов прошлого века, в западной социологии широко распространяются концепции «посттрудового общества» и «общества досуга» (Д. Рисман) [4]. Немаловажный вклад в досуговую сферу внесли работы М. Каплана (основные модели досуга / связь свободного времени и работы), теоретические воззрения Л. Хейвуда, модели досуга Дж. Келли, более современное исследование стилей и форм досуга Р. Стеббинсона.

Говоря о российских ученых в сфере досуга, следует отметить таких социологов и культурологов, как Г. Е. Зборовский, Н. А. Хренов, Т. И. Черняева, Б. А. Грушин, Л. А. Гордон.

Проблема массового общества, массовой культуры, специфика семейного досуга в условиях массового общества представлена в публикациях научной электронной библиотеки «Киберленинка».

Выделим ученых, которые изучали проблемы массового общества, проблемы массовой культуры и массовой коммуникации, массовые движения в массовых обществах, а также выявляли место цифровизации семейного досуга в жизни людей. Отметим таких теоретиков, как М. К. Найдорф, М. Кастельс, Л. В. Карцева, А.В. Пронькина, Н. И. Кищенко, В. В. Касьянов, Е.В. Смирнова, И. С. Карабедова, А. А. Желнина, Т. Семак, Е.В. Смирнова, Е.В. Гнатышин, А.А. Саламатов, С.С. Птицина.

*Изложение основного материала.*

Говоря о культурной цифровой среде современного семейного досуга, важно отметить, что в современном мире сфера культуры заметно меняется. Мы видим: ничто не может остановить культурную «жизнь», культура активно развивается сквозь призму цифровых технологий. Интересен тот факт, что культурная среда приобретает новые и нестандартные формы. Поскольку под культурной средой мы понимаем совокупность учреждений и организаций, осуществляющих товары и услуги, направленные на удовлетворение культурных потребностей человека, рассмотрим новейшие формы культурной среды.

Основным трендом в проведении досуга сейчас является Интернет. Становится популярным посещение онлайн-баров, однако это не просто аналог обычного бара, а новая социальная платформа, объединяющая людей по всему миру. Появляются новые формы вечеринок в виртуальном пространстве. Программу Zoom стали использовать все чаще, чтобы провести время с близкими. Публикуются онлайн-трансляции концертов знамени-

тостей, спектаклей, музеев. Переходить к просмотру онлайн- трансляций становится возможно не только по ссылке, но и по QR-коду. В формате онлайн-трансляций проводятся даже спортивные занятия.

Также важно отметить, что становление массового общества связано как с появлением новых товаров и услуг, так и с разнообразием выбора форм проведения досуга, возможностью самореализации, посредством досугового потребления. Последнее на прямую связано с появлением свободного времени у населения. Изменения в досуговой среде обусловлено социокультурными трансформациями, а именно сменой ценностных представлений, формированием досуговой системы и возникновением современных информационных и цифровых технологий [5].

Несмотря на то, что массовизация взяла свое начало в экономической сфере, она активно распространялась в областях нематериального производства, а именно: в СМИ, политике, быту, семейных отношениях, искусстве, а также в сфере досуга и развлечений.

В силу всех преобразований, в условиях массового общества, досуг становится важнейшим жизненным интересом человека. В условиях массовых новаций появляется множество не только развлекательных, но и познавательных форм досуга. Для многих респондентов данный аспект очень важен, и мы узнали, что даже сидя дома, посредством такого канала коммуникации, как Интернет, можно с пользой провести семейный досуг.

Говоря о развлекательных культурных организациях и просветительных культурных учреждениях, стоит отметить, что первые наиболее востребованы среди россиян. В связи с этим, мы можем выявить тенденцию подмены просветительской модели культурной среды на гедонистическую, то есть подмену интеллектуального досуга на досуг, доставляющий удовольствие и развлечение [5].

В современных реалиях все меньше становится способов организации досуга вне контекста потребления. Чаще всего человек поддается воздействию СМИ и таким образом мобилизует потребительское мышление.

Исследование И. А. Бутенко о качестве свободного времени у богатых и бедных в России в 1990-е годы выявило, что к свободному времени граждане относились пренебрежительно [6]. Даже в 2000-х годах была выявлена следующая тенденция: выделение минимального времени в рамках свободных часов, досугу.

Если говорить о современности, то по данным исследований, проблемы досуга и свободного времени приобретают большую популярность. Основная доля опрошенных россиян, а именно 77%, хочет располагать большим количеством свободного времени; из них почти четверть, а именно 38%, уверены, что им не достигнуть данной цели. Из желающих иметь свободное время, больше всех молодежи – 80%, а меньше всех – граждан в возрасте от 35 до 46 лет [7].

По данным всемирного исследования ценностей видим, что жителям России – 30%, практически в равном количестве с европейцами – 38%, важна сфера досуга и наличие свободного времени.

Как мы знаем, непосредственное влияние на всестороннее развитие личности, оказывает семья – путем воспроизводства населения, насыщением вещественными и нематериальными ценностями, воспитанием нрава и формированием духовного опыта будущего поколения [8].

Российский исследователь Д. С. Барун в своей статье «Потенциал досуговой деятельности в формировании правовой культуры молодой семьи» выделяет концепцию американский социолога Дэвида Рисмана. Социолог, начиная с 50-х годов прошлого века, распространял в социуме концепции «посттрудового общества» и «общества досуга». Современное общество в рамках данных концепций рассматривалось как общество, в котором труд лишается своего прежнего преоб-

ладающего значения, вследствие чего сокращение рабочего времени приводит к возрастанию роли досуга, который, в свою очередь, занимает то место, что до этого занимал труд. Именно поэтому досуг в жизни человека приобретает особую важность в вопросе становления личности и ее идентификации [9].

Так как досуг является одной из жизненно важных сфер существования человека, где обретается возможность разностороннего личностного роста за гранью строго определенных производственных процессов, предлагаем небольшую сравнительную характеристику семейного досуга до распада СССР, в постсоветское время и в настоящее время [10].

До 1991 г. у среднестатистической городской семьи в СССР было пару вариантов проведения семейного досуга [11].

Формы организации семейного досуга того времени делились на две группы: институциональные и основанные «стихийно».

Варианты семейного досуга для советских семей в городе отвечали необходимым требованиям того времени, и, в общем, ничего качественно нового в них по большей части не требовалось. К примеру, родители ходили с детьми в кино по доступным абонементам, редко, но все же выбирались в городские театры, устраивали совместные посиделки по вечерам и по случаю.

Раньше родители с детьми могли ходить в кино исключительно по абонементам, редко выбирались в городские театры, устраивали совместные вечерние посиделки и встречи по случаю значимых событий и т. д. В целом способы организации досуга для советской городской семьи соответствовали условиям того времени. На то время люди даже не предполагали, что когда-то у них будет возможность посмотреть спектакль, не выходя из дома, просто нажав на одну кнопку [12].

Однако после распада СССР в связи с формированием новой государственности и переходом к рыночным отношениям в российской повседневности появляется много зарубежных товаров и услуг, также кинематограф и телевидение, постепенно вытесняющие отечественные. Вместе с активным внедрением компьютерных технологий в РФ начали появляться мобильные телефоны, спутниковые коммуникации, Интернет, что позволило государству выйти в новое информационное пространство [5, 6, 12]. Также культурная сфера, по большей части, становится платной. Населению приходится подстраиваться под новые образцы и нормы и в той или иной степени, забыть о традиционных элементах повседневности.

С середины 1990-х гг. в государстве выросло количество мест общественного питания, которые со временем стали прототипом «третьего места», согласно концепции американского социолога, Р. Олденбурга. Первое место – дом, второе место – работа. Первые два места были основными – для основного времяпрепровождения человека [13].

Стоит отметить, что происходящие изменения в постсоветском досуге несли не только положительный характер. Ранее бесплатные формы досуга, к примеру, музеи и выставочные центры вынужденно перешли на коммерческую составляющую для финансирования собственной деятельности и поддержки жизнеспособности [14].

Заметно сократились культурно-досуговые центры, что, безусловно, повлияло на досуговые предпочтения городского населения. Далее поговорим об изменениях в институциональных формах семейного досуга, так как новации здесь более очевидны, нежели в «стихийных» формах. Вторые также неизбежно трансформировались, но кардинально не видоизменялись, адаптируясь прежде всего к достижениям научно-технического процесса. С начала 1990-х годов выросло число телевизоров и телеканалов в российских домах, постепенно увеличилось распространение различных медиасредств, которые по-

степенно начали входить в повседневное потребление российским населением: набирают популярность видеомагнитофоны, игровые приставки, компьютеры и как кульминация – становится возможным и естественным приобщение к Интернету российских пользователей. Теперь родители и дети могут выбрать формат вечернего просмотра из нескольких вариантов или устроить вечер видеоигр; на фоне этих новаций сохраняли свою популярность «выходные» формы совместного времяпрепровождения взрослых и детей, такие какхождение в гости, прогулки, походы выходного дня [15].

К 2000-м годам возникают и новые пространства для проведения свободного времени, например, моллы и ТЦ, которые становятся инновационными общественными территориями и непосредственными конкурентами популярных в Советском Союзе семейных досуговых форм.

В глобализирующемся мире досуг выступает как общественно осознанная необходимость. Досуг является неким лечащим средством: способствует ясному мышлению, имеет восстановительный и успокаивающий эффект. Верная «дозировка досуга» помогает человеку обрести гармонию со всеми, кто его окружает и, в первую очередь, с самим собой [16].

Появление массового общества кардинально изменило досуговую среду. В обществе потребления – время невозможно «убить», его нельзя потратить вне системы потребления, так как последнее доминирует над основными сферами общества. Увеличение объемов потребительских услуг в сфере досуга, тому подтверждение [17].

В рамках массового общества у человека появляется все больше «свободного пространства». В связи с этим интересы детей и их родителей в развитии и в развлечениях играют важную роль в укреплении, объединении семьи. Семью, в которой нет общих интересов, мало что может сплотить. В традиционном обществе семью могли сближать какие-либо религиозные обряды, устои.

Именно в условиях массового общества социально-культурная функция семьи значительно возрастает. Как мы знаем, «массовизация» несет за собой изменения в структуре потребления, в производстве, у людей появляется больше свободного времени, которое следует чем-то заполнять.

А с формированием нового типа общества общество – потребление неизбежно во всех сферах общественной жизни происходит изменение. Одним из наиболее существенных проявлений этих трансформации стали городские изменения: в пределах XX–XXI вв. в крупнейших городах России зарождаются новые предметы общественного пространства западного образца, появляются ТЦ, ТРК и моллы [18]. Как отмечает от. А.А. Желнина, эти торговые форматы по мере освоения их горожанами заняли основное место в городской среде и культуре, стали центром изменения человеческой жизни и комфортными местами для удовлетворения не только материальных, но и духовных потребностей населения. Последнее напрямую связано с появлением новых досуговых форм российских семей [19].

В условиях массового общества, сфера культуры начинает коммерциализироваться. Действительно, эмпирические данные подтверждают указанную новацию. Семейный доход играет одну из важнейших ролей при выборе формы проведения досуга: сходить в ресторан всей семьей или же отдать предпочтение пешим прогулкам по парку.

Говоря о современности, стоит отметить, что в условиях цифровизации изменения в сфере культуры идут в стремительном темпе. Порой, человеку даже не хватает времени на восприятие и использование новых ресурсов [20–26]. Для того чтобы идти в ногу со временем, человек должен быть не только адаптированным к регулярным изменениям, но и вырабатывать в себе навыки будущего (информационная грамотность, эмоциональная грамотность, концентрация и управление вниманием,



креативность, экологическое мышление и способность к самообучению).

Современный человек испытывает дефицит двух вещей – общения и личного пространства. Зачастую, проснувшись, человек хватается телефон и волей-неволей подключается к потоку информации. Важно уметь периодически отключать себя от бесконечной информации в сети и посвящать время семье, своим родным и близким. Время, проведенное в живом общении с семьей, сегодня особенно ценно. Безусловно, в современных реалиях без Интернета не обходится ни один человек. Проблема во временной политике цифрового досуга в семье. К примеру, в странах Запада на рабочие звонки принято отвечать с 10:00 до 18:00. Также известно, что у Wi-Fi роутеров есть опция автоматического отключения подачи Интернета в нужное время. Главное – создать правила семьи, которые будут устраивать всех членов семьи. Если последние будут соблюдать временные рамки, то у них останется время и на живое общение с семьей, и на личные дела. Однако соблюдать границы удается не всем, причем родители не меньше детей, порой, погружаются в Интернет пространство. Основная задача – уравнивать права родителей и детей [27].

Стоит понимать, что семья – то место, где ты заряжаешься теплом, любовью, вниманием. Семья придает смысл жизни и мотивирует человека. Без крепкой семьи – фундамента многое теряет смысл в жизни. Люди, разделяющие данную позицию, наверняка, свое нерабочее время посвящают своей семье, занимаются организацией семейного досуга и тем самым, делают себя и своих близких счастливыми [28].

На основании исследования «Проведение свободного времени россиян 2003–2012 гг.», проведенного исследовательской группой ИС РАН можно сделать следующие выводы. Основной и самый популярный вид досуга тот, что не требует особых затрат, как финансовых, так и эмоциональных. Данная ситуация не совсем оправдана. В условиях общества потребления, у человека появляется больше времени для организации досуга как семейного, так и личного, поскольку свободное время дает человеку шанс для разнообразного потребления [29]. Также для 30% опрошенных россиян, основной способ организации досуга связан с домашним хозяйством, местом жительства. На наш взгляд, данная ситуация является некой предтечей к сетевому обществу, к цифровизированному обществу.

Информационное пространство сети Интернет расширяет возможности человека. Не выходя из дома, человек может посмотреть фильм, спектакль, обучающие видеоролики, заняться самореализацией, получить образование [30–33]. Распространение информационных потоков, так или иначе, приводит к всеобщей цифровизации общества.

Интересно рассмотреть семейный досуг россиян в сравнении с европейцами и американцами. Начать стоит с того, что российский досуг беднее, чем у европейцев и американцев. Обратимся к международному исследованию на 2007 год [34].

Результаты исследования показали, что по таким пассивным формам досуга, как просмотр телевизора, компьютерные игры, встречи с друзьями и родственниками, предпочтения россиян не отличаются от европейцев. Однако те виды досуга, что более «активные» значительно разнятся между жителями России, Европы и Америки.

К примеру, 65 % россиян отметили, что не посещают кинотеатры с семьей, при этом среди французов данный вариант ответа выбрали 24%, 33% среди американцев и 42% немцев.

Также не распространен среди российских семей такой способ досуга как: посещение культурных мероприятий. Никогда не проводят свой досуг, посещая мероприятия – 57 % россиян, при этом среди европейцев лишь 30% выбрали данный ответ.

На основании исследования «Проведение свободного времени россиян 2003–2012 гг.», проведенного исследовательской группой ИС РАН можно сделать следующие выводы [24, с. 221]. За последние 10 лет заметно сократилось прочтение книг, прослушивание музыки – с 61% в 2003 г. до 40% в 2012 году. Также сократилось число тех, кто предпочитает читать журналы и газеты – с 57% до 30%. Встречи с друзьями тоже стали менее популярны среди респондентов их число уменьшилось с 65% до 55%.

Лишь такая форма досуга, как проведение времени за компьютером и в Интернете, стала наиболее распространенной среди опрошенных россиян за последние 10 лет. Стоит отметить, что в 2003 году 15% респондентов выбрали данный способ досуга, а в 2012 году – 36% [35, с. 222]. Такая ситуация сложилась, в связи с тем, что Россия уже на протяжении длительного времени постепенно переходит на цифровой уровень. Изменениям подвергается, безусловно, и культурная среда. К примеру, в условиях «виртуализации» досуга: человек отдаст предпочтению общению в социальных сетях, видеозвонкам, нежели встречам и общению с родственниками или другими членами семьи. Как альтернатива: родители предлагают детям посмотреть мультфильм, кино или познавательную передачу в онлайн режиме, не выходя из дома. Также мы видим, что традиционный, наименее затратный, способ проведения семейного досуга – просмотр телевизора устаревает. В 2003 году смотреть телевизор предпочитали 81% респондентов, а в 2012 году уже 66%.

Также мы наблюдаем подмену традиционных способов проведения досуга на цифровые платформы. В цифровой культурной среде обретает место интеллектуальный семейный досуг. В эмпирической части нашего исследования попробуем выявить актуальность данного формата семейного времяпрепровождения. В условиях цифровизации все отчетливее появляется дефицит живого человеческого общения, создается все больше объектов, где появляется возможность позиционировать себя в качестве пространства для интеллектуального досуга или эдьютеймента. Такие площадки могут предлагать реализацию следующих форм досуговой активности для семей: дискуссионные клубы, литературные вечера, лекции по актуальным проблемам, форсайт-сессии, воркшопы, интеллектуальные игры и любые другие услуги, направленные не только на развлекательный досуг, но и на интеллектуальный [36].

Таким образом, обобщая методологические основы изучения культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе, можем сделать следующие выводы. Изучив феноменологическую концепцию массового общества Э. Канетти, анализирующую абстрактные массы и модели власти, нами было выявлено, что масса возникает при любых экономических и политических видах управления и определяется инстинктами, моделями поведения.

Также нами была изучена концепция массового общества немецкого философа, экзистенциалиста К. Ясперса. В его подходе основным минусом является пренебрежение индивидуальностью индивида. Ученый убежден, что жизнь в массе есть реальность, способствующая процветанию больших масс. Основным недостатком в массе может стать потеря индивидуальности человека.

Далее нами были проанализированы концепции ярких представителей структурно-функционального подхода к анализу массового общества Э. Шилза и Г. Блума.

Э. Шилз рассматривал массовое общество как последовательный результат экономических, политических и культурных изменений. Массовое общество представляет собой новый тип общности, основанный на связи с рыночными механизмами. По мнению Э. Шилза, индустриализация сыграла важную роль в становлении мас-

сового общества.

Мы выяснили, что Г. Блумер критикует теорию Э. Шилза, а именно утверждение о внутригрупповой интеграции в массовом обществе. В своих трудах Г. Блумер предлагает совершенно противоположную концепцию, относительно теории Э. Шилза. Г. Блумер предлагает все составные части массового общества соединить в одну схему. В основу такой схемы он кладет три главных свойства массового общества: массовость; гетерогенность структурных элементов общества; непрерывно меняющийся облик.

Таким образом, изучив теоретические аспекты к анализу массового общества, мы выяснили, что массовое общество массовое общество – это постоянно изменяющееся общество, основанное не на естественных связях между людьми (место жительства, общее происхождение), а на более абстрактных и мощных силах, таких как СМК и рыночные механизмы. Характеризуется массовое общество крупномасштабным производством, массовым потреблением, массовой культурой, массовым доступом ко всем сферам социальной жизни и изолированными, отчужденными индивидами. В этом специфика массового общества и этим оно отличается от всех других типов общества [37].

Изучение культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе имеет особую актуальность, поскольку данная проблема изучается в рамках Национального проекта и Стратегии социально-экономического развития городского округа Тольятти до 2030 года.

Выводы исследования и дальнейшее изучение перспектив в этой области.

В эпоху цифровизации сфера культуры также будет подвергаться изменениям, как и экономика, образование, городская среда, экология, наука. Нововведения коснутся даже института семьи.

С появлением массового общества у человека появляются все больше свободного времени. В связи с этим, интересы в досуге детей и их родителей приобретают особую значимость в укреплении, объединении семьи.

В рамках эмпирической части нашего исследования будет актуально выявить социологическую оценку представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга с помощью анкетирования и провести социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга посредством интервью.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Национальный проект. Культура. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://strategy24.ru/rf/culture/projects/natsionalnyy-proyekt-kul-tura> (дата обращения: 12.09.19).
2. О Стратегии социально-экономического развития городского округа Тольятти на период до 2030 года [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tgl.ru/documentation/obj?obj=32772> (дата обращения: 12.09.19).
3. Желнина, А. А. «Здесь как музей»: торговый центр как общественное пространство / А. А. Желнина // Вестник СПбГУ. – 2011. – №2. – С. 48–69.
4. Андреева, С. В. Феномен досуга: история и современность / С. В. Андреева // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2011. – № 4. – С. 42–45.
5. Массовое общество как эмблема современности [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.proza.ru/2013/06/26/1524> (дата обращения: 10.10.19).
6. Специфика досуга в современном российском обществе [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/138/38663/> (дата обращения: 10.10.19).
7. Бутенко, И. А. Качество свободного времени у богатых и бедных // Социологические исследования. – 2008. – №7. – С. 82.
8. Караханова, Т. Н. Бюджет нашего времени // Российское экспортное обозрение. – 2006. – №7. – С. 15–17.
9. Самохвалова, Е. В. Формирование позитивного имиджа института семьи в регионе [Электронный ресурс]. Режим: <http://web.spaika.ru/issues/2014/04/33569> (дата обращения: 25.11.2019).
10. Барун, Д. С. Потенциал досуговой деятельности в формировании правовой культуры молодой семьи / Д. С. Барун // Вестник ТГУ. – 2011. – №4. – С. 171–175.
11. Галкина, Т. В. О концепции домашнего музея как пространства семейного досуга / Т. В. Галкина // Вестник ТГПУ. – 2012. – №9. – С. 203–206.
12. Бердюгина, Е. Б. Революция досуга в постсоветской России:

трансформация семейных досуговых практик / Е. Б. Бердюгина // Человек в мире культуры. – 2017. – № 4. – С. 7–11.

13. Желнина, А. А. «Здесь как музей»: торговый центр как общественное пространство / А. А. Желнина // Вестник СПбГУ. – 2011. – №2. – С. 48–69.

14. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург; пер. с англ. А. Широкаковой. – Москва: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.

15. Пиголкина, Е. А. Особенности организации семейного досуга / Е. А. Пиголкина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2011. – № 1. – С. 1–2.

16. Семейный досуг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/donturist/semeinyi-dosug-sposob-zaniat-vseh-domashnih-razom-5d49170f7b4bd200b65bf979> (дата обращения: 10.11.19).

17. Карабедова, И. С. Особенности гендерного аспекта досуга в современном российском обществе / И. С. Карабедова // ИСОМ. – 2013. – №5. – С. 194–196.

18. Пронькина, А. В. Массовая культура как культурологическая категория / А. В. Пронькина // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. – 2012. – №34. – С. 64–76.

19. Морева, С. Н. Торгово-развлекательный центр как элемент городской сервисной инфраструктуры / С. Н. Морева // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №11. – С. 135–141.

20. Головин М.А. Влияние интернет-активности на жизнь в эпоху цифровизации общества и экономики: на данных регионального исследования // Актуальные проблемы экономики и права. 2019. Т. 13. № 3. С. 1356-1369.

21. Никонова Н.И., Терентьева В.В. Буктрейлер как средство активизации читательского интереса студентов // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 183-185.

22. Полупан К.Л. Управление качеством высшего образования в условиях цифровизации // Самарский научный вестник. 2019. Т. 8. № 4 (29). С. 273-278.

23. Скрыль Т.В., Парамонов А.С. Цифровая трансформация сферы здравоохранения: российская и зарубежная специфика // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 137-140.

24. Клемашева Е.И. Инструменты воспроизводства и стимулирования вовлечения человеческого капитала в новую индустриализацию // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 116-119.

25. Габинская А.А. Характеристика киберсоциализации цифрового поколения // Гуманитарные балканские исследования. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 55-57.

26. Татаринов К.А. Дидактические принципы дистанционного образования // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 293-296.

27. Желнина, А. А. Социокультурное значение пространств потребления в постсоветском городе (на примере торговых центров Санкт-Петербурга) / А. А. Желнина // Вестник СПбГУ. – 2010. – №1. – С. 330–335.

28. Суровенкова, М. А. Досуговая деятельность современной студенческой молодежи / М. А. Суровенкова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2013. – №1. – С. 67–71.

29. Осипова, Л. Б. Современное состояние института семьи: проблемы и перспективы / Л. Б. Осипова, О. М. Горева, Е. А. Сербина // ИСОМ. – 2014. – №6. – С. 266–269.

30. Бабелло А.В. Историко-сопоставительный метод в социологических исследованиях // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 275-279.

31. Яснова А.А. Теоретические аспекты изучения проблемы геймер-аддикции и её влияния на поведение подростков // Научный вектор Балкан. 2019. Т. 3. № 3 (5). С. 51-54.

32. Цветкова И.В. Типология студенческой молодежи по видам досуга // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 160-164.

33. Черникова Е.Г. Неформальное образование граждан старшего поколения в сфере досуга // Балканское научное обозрение. 2019. Т. 3. № 1 (3). С. 18-20.

34. 300 чем мечтают россияне: идеал и реальность / Под ред. М. К. Горюкова, Р. Крумма, Н. Е. Тихоновой. – М.: Весь Мир, 2013. – 305 с.

35. Gerard O'Donnell (Ed.). "Mastering Sociology" / Palmgrave, 4th edition, 2002.

36. Зборовский, Г. Е. Общая социология: Учебник. 3-е изд., испр. и доп. / Г. Е. Зборовский. – М.: Гардарики, 2004. – 592 с.

37. Глава пятая. Массовое общество [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/1096592/page:17/> (дата обращения: 10.09.19).