

УДК 379.83:316.7(470.325)
DOI: 10.26140/anip-2020-0903-0004

МОНИТОРИНГ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

© 2020
SPIN: 6966-1893
AuthorID: 272494

Белозерова Ирина Александровна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин

SPIN: 8143-7883
AuthorID: 693665

Крикун Елена Владимировна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры профессионального обучения и социально-педагогических дисциплин
*Белгородский государственный аграрный университет имени В.Я. Горина
(308503, Россия, Майский, улица Вавилова, 1, e-mail: krikun.56@bk.ru)*

Аннотация. В статье обозначена роль культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи в процессе социализации личности, воспитания, развития и формирования культуры молодого человека. Целью работы стало мониторинговое исследование культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи и анализ степени ее удовлетворенности качеством предоставляемых услуг в сфере культуры. Методологической основой исследования послужили: социально-культурное проектирование, анализ и синтез, анкетирование. Исследование проводилось по трем измерениям культурно-досуговой жизни: институциональному, информационному и социологическому. Определено, что по характеру культурно-досуговой деятельности выделяются четыре группы молодежи: пассивно-потребительская (50%), активно-инициативная (18%), ограниченно-вытесненная (17%), хаотично-стихийная (15%). По содержанию культурно-досуговой деятельности выделяется семь характеристик культурного досуга: развлекательная, американизирующая, потребительская, коллективистская, неофициальная, вненациональная, культурно-творческая. Первое место занимает развлекательная характеристика. Наименьшее количество голосов отдано культурно-творческой деятельности. Отмечено несоответствие между запросом студенческой молодежи в сфере культуры и возможностями, которые предоставляются культурной средой для ее удовлетворения. Выявлено, что ключевым фактором культурного выбора оказывается компания людей, с которой человек собирается провести свободное время, в результате чего выделено четыре типа культурных форм досуга: семейный, тусовочный, романтический и одиночный. Полученные результаты позволили наметить практические рекомендации по улучшению эффективности предоставления услуг в сфере культуры с точки зрения вовлечения молодежи в культурно-досуговую деятельность: соответствие целевому назначению, адресность, комплексность, эргономичность, комфортность, эстетичность, точность, своевременность, информативность.

Ключевые слова: культурный досуг, культурно-досуговая деятельность, свободное время, эффективность культурно-досуговых мероприятий, степень эффективности культурно-досуговой деятельности, студенческая молодежь, социализация личности, социальное воспитание, государственная культурная политика.

MONITORING OF CULTURAL AND LEISURE ACTIVITIES STUDENT YOUTH

© 2020

Belozerova Irina Alexandrovna, candidate of philosophy, associate Professor, associate Professor of the Department of vocational training and socio-pedagogical disciplines

Krikun Elena Vladimirovna, candidate of philosophy, associate Professor, associate Professor of the Department of vocational training and socio-pedagogical disciplines
*Belgorod State Agrarian University named after V. Ya. Gorin
(308503, Russia, Maysky, Vavilova street, 1, e-mail: krikun.56@bk.ru)*

Abstract. The article describes the role of cultural and leisure activities of students in the process of socialization of the individual, education, development and formation of culture of a young person. The purpose of the work was to monitor the cultural and leisure activities of students and analyze their satisfaction with the quality of services provided in the field of culture. The methodological basis of the research was socio-cultural design, analysis and synthesis, and questionnaires. The study was conducted on three dimensions of cultural and leisure life: institutional, informational and sociological. It is determined that according to the nature of cultural and leisure activities, four groups of youth are distinguished: passive-consumer (50%), active-initiative (18%), limited-displaced (17%), chaotic-spontaneous (15%). According to the content of cultural and leisure activities, there are seven characteristics of cultural leisure: entertainment, AMERICANIZING, consumer, collectivist, unofficial, non-national, cultural and creative. The first place is occupied by entertainment characteristics. The lowest number of votes was given to cultural and creative activities. There is a discrepancy between the request of students in the field of culture and the opportunities provided by the cultural environment to meet it. It is revealed that the key factor of cultural choice is the company of people with whom a person is going to spend free time, as a result of which four types of cultural forms of leisure are identified: family, party, romantic and single. The results obtained allowed us to outline practical recommendations for improving the effectiveness of providing services in the field of culture in terms of involving young people in cultural and leisure activities: compliance with the intended purpose, targeting, complexity, ergonomics, comfort, aesthetics, accuracy, timeliness, information content.

Keywords: cultural leisure, cultural and leisure activities, free time, the effectiveness of cultural and leisure activities, the degree of effectiveness of cultural and leisure activities, student youth, socialization of the individual, social education, state cultural policy.

ВВЕДЕНИЕ.

Культурно-досуговая деятельность обладает неотъемлемым педагогическим потенциалом для развития, воспитания и формирования культуры современной молодежи. Оказывая непосредственное влияние на многие сферы жизни молодого человека (производительную, образовательную, семейную, нравственную), она является

важным средством процесса социализации личности, формирования ее нравственных качеств. Качественный рост культурных и досуговых запросов граждан является одной из приоритетных задач государственной культурной политики [1]. Отличаясь от культуры досуга других возрастных групп, деятельность студенческой молодежи содержит не только развлекательные меро-

приятия, но и работу по решению жизненных проблем, т.к. в этот возрастной период усиленно идет процесс самореализации, самовыражения и самопознания. В ходе трансформации традиционных ценностей в современном российском обществе, развитие творческих способностей молодежи, ее духовно-нравственное совершенствование, процессы воспитания и самовыражения были отодвинуты на задний план. Если раньше личность молодого человека складывалась в пределах сложившейся системы нравственных ценностей и социальных связей, то в условиях современности становление личности осложняется рядом объективных факторов – политических, экономических, социальных, а также отсутствием четких критериев в духовно-нравственной сфере жизни общества. Проблемное поле вокруг данной тематики складывается из-за низкой заполняемости и слабой вовлеченности молодых людей в культурно-досуговую деятельность.

Теоретической основой исследования стали труды В.Я. Баженовой, Т.И. Баклановой, Е.А. Белецкой, Г.В. Головиной, Г.И. Грибковой, А.М. Гумеровой, В.К. Джолдасовой, О.Р. Жаворонковой, Н.П. Исмаиловой, Е.А. Капустиной, Е.В. Кузнецовой, А.С. Кутузовской, В.А. Лукова, Н.Г. Пановой, Е.В. Рудаковой, С.Ш. Умеркаевой и др. [2 - 17]. В данной литературе демонстрируется роль культурно-досуговой деятельности в развитии и воспитании молодежи, повышении ее качества жизни; изучаются культурные потребности современного российского общества; рассматривается смена культурных предпочтений; исследуется динамика культурных потребностей в условиях социокультурных изменений; поднимаются вопросы социокультурной политики российского общества, выявляются досуговые предпочтения населения в региональном контексте.

В информационных работах всероссийского масштаба прослеживается формирование культуры досуга современной молодежи, ведется учет ее культурных интересов и предпочтений [18 - 23]. В «Информационно-аналитическом сборнике «Культура России» представляется характеристика культурно-досуговой деятельности. Российский статистический ежегодник демонстрирует результаты выборочного социологического опроса россиян в контексте современных социокультурных изменений по вопросам культурных потребностей и предпочтений [24]. С августа 2013 года по июнь 2015 года в Белгородской области проходил полный цикл оценки учреждений социальной сферы, где 1605 учреждений прошли независимую оценку в данной сфере [25]. Качество предоставляемых услуг в учреждениях социальной сферы оценивали как эксперты (представители общественных советов муниципальных образований региона), так и обычные посетители. Респондентам выдавались специальные анкеты, включающие вопросы о комфортности условий и доступности услуги, о времени ожидания, профессиональных качествах сотрудников (компетентность, доброжелательность, вежливость), об удовлетворенности качеством оказания услуги и степени информированности о ней [25].

МЕТОДОЛОГИЯ.

Методологической основой мониторингового исследования явились: социально-культурное проектирование, анализ и синтез, анкетирование. Нами проводилось три измерения культурно-досуговой жизни: институциональное, информационное и социологическое. Институциональное измерение связано с деятельностью культурных учреждений. Оно определялось агентами, услугами и результатами культурно-досуговой деятельности. Информационное измерение включало в себя информационный поток, касающийся событий культурно-досуговой жизни. Социологическое измерение сопрягалось с исследованием культурных практик студенческой молодежи. Для мониторингового анализа использовались собственные анкеты, которые не носят характера стандартизированного опросника. Респондентами выступили студенты дневной и заочной форм обучения

ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ. Для обработки ответов респондентов применялись методы математической статистики – корреляционный и кластерный виды анализа.

Одним из показателей культурно-досуговой деятельности выступает степень эффективности культурно-досуговых мероприятий, которая оценивается с двух позиций: с позиции активной вовлеченности жителей в культурную жизнь и с позиции территориальной заполняемости культурно-досуговой деятельностью.

Целью данной работы является мониторинговое исследование культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи и анализ степени ее удовлетворенности качеством предоставляемых услуг в сфере культуры. Полученные результаты позволяют наметить практические рекомендации по улучшению эффективности предоставления услуг в сфере культуры с точки зрения вовлечения студенческой молодежи в культурно-досуговую деятельность.

РЕЗУЛЬТАТЫ.

Культурно-досуговая деятельность предполагает мероприятия, осуществляемые человеком в нерабочее время для удовлетворения культурных потребностей. Такая деятельность сопряжена со всеми характеристиками свободного времени: количеством, содержанием и структурой. Количество нерабочего времени обуславливается социально-экономическими факторами – сферой жизнедеятельности человека, уровнем занятости и пр. Содержание и структура характеризуются, прежде всего, субъективными факторами – индивидуальным выбором культурного досуга, материальной обеспеченностью, социальным статусом, физическим состоянием.

Основными целями культурно-досуговой деятельности выступают: самосовершенствование, релаксация, восстановление физических и духовных сил, просвещение, получение удовольствия, развлечение и пр. Реализации данных целей способствуют качественные методы, средства и формы. Являясь духовным видом культуры, названные выше условия, предполагают духовное насыщение, несущее собой красоту, гармонию, знания. За годы перемен в политической, экономической, социальной и духовной жизни общества сфера культурного досуга претерпела своеобразную «перестройку» предпочтений: сегодня для большинства населения существенно расширяются возможности заполнения своего свободного времени, улучшается качественное состояние досуга. Наибольшую активность в освоении новых возможностей и разновидностей культурно-досуговой деятельности обнаруживает молодежь, как быстро реагирующая на веяние перемен.

Для молодежи досуг сегодня воспринимается как основная сфера жизнедеятельности, и от степени удовлетворенности им зависит общая удовлетворенность жизнью молодого человека. Однако отношение к видам культурного досуга и характер культурно-досуговой деятельности у разных молодых людей существенно разнится. В зависимости от направленности досуга и характера деятельности можно выделить следующие группы молодежи: пассивно-потребительскую, активно-инициативную, ограниченно-вытесненную, хаотично-стихийную. Рассмотрим данные группы.

Пассивно-потребительская группа (50%) ориентируется на пассивно-созерцательный характер досуга (использование сети Интернет, просмотр телевидения, посещение зрелищных и спортивных мероприятий в качестве зрителя, посещение ресторанов, кафе и пр.). *Активно-инициативная* группа (18%) отличается избирательностью в отношении к различным видам досуга, творческой активностью, четкой установкой круга предпочтений и интересов, стремлением к духовному самосовершенствованию и преобразованию личностных качеств. *Ограниченно-вытесненная* группа (17%) рассматривает досуг как продолжение работы, учебы. Данная группа переносит свои производственные или учебные занятия в сферу свободного времени, вытесняя остальные

ные виды деятельности и ограничивая себя в общении. *Хаотично-стихийная* группа (15%) не умеет рационально организовывать свое свободное время. Данная группа отличается хаотично-стихийным характером досуга.

Среди содержательной части культурно-досуговой деятельности современной молодежи можно назвать следующие разновидности: развлекательную (30% респондентов), американизирующую (20%), потребительскую (20%), коллективистскую (10%), неофициальную (10%), вненациональную (5%), культурно-творческую (5%). Данные разновидности культурно-досуговой деятельности отличаются друг от друга по ряду показателей: выполняемым функциям, характеру социального поведения и др. Рассмотрим их. *Развлекательная разновидность*, преимущественно, выполняет рекреативную функцию (около одной трети молодежи любимым занятием называют «ничего неделание»). Данная функция подкрепляется использованием сети Интернет, теле- и радиовещания. Второе место развлекательного вида занимает коммуникативная функция, направленная, прежде всего, на общение с друзьями. Крайне слабо реализуются познавательная, эвристическая, креативная функции. *Американизирующая разновидность* ориентируется на внедрение ценностей «американского стиля жизни», в то время как ценности национальной культуры уходят в забвение, ценности классической и народной культуры подавляются стереотипами массовой культуры. Любимые жанры телесериалов для американизирующего вида – «мыльные оперы» и триллеры. Американизация культурных ценностей отражается на таких чертах поведения человека, как прагматизм, расчетливость, эгоизм, материализация и индивидуализация ценностей. *Потребительская разновидность* отдает предпочтение потребляющей функции, реализующейся в элементах массовой культуры, которая приводит к фоновому восприятию действительности и поверхностному отражению ее в сознании человека. Крайне слабо реализуются познавательная и эвристическая функции. Креатив и творческая самореализация личности, в основном, содержатся в маргинальных формах, являющихся результатом конфликта с общепринятыми нормами и выражением специфических отношений с существующим общественным строем.

Коллективистская разновидность абсолютизирует коллективные стереотипы и престижные ценностные установки, на которые накладывают отпечаток половая, возрастная и национальная дифференциация, уровень образования, место жительства и пр. Наблюдается непризнание иных ценностей и ориентиров: несогласные с мнением группы попадают в ранг инакомыслящих, отверженных, что обуславливает некую жесткость в неформальном общении сверстников. *Неофициальная разновидность* происходит вне институтов культуры и, преимущественно, связана с сетью Интернет и телевидения. Отличается крайне низким художественно-творческим потенциалом, относится к наиболее влиятельным источникам воздействия на сознание человека и приобщение его к культурным стереотипам. *Вненациональная разновидность* формирует вненациональный образ жизни, базирующийся на ценностных установках традиционно-советского или западноевропейского пространства. Данное обстоятельство приводит к отрицанию этнокультурной самоидентификации и насаждению массовых элементов «чужой» культуры. Большинство современной молодежи народная культура ассоциируется с пережитком старины. Наблюдается отрицательное отношение к истории своего народа, его обычаям и традициям. Данный вопрос рассматривался нами ранее [26 - 28]. *Культурно-творческая разновидность* выполняет познавательную, эвристическую и креативную функцию. Досуговые интересы проявляются в активной деятельности человека по преобразованию действительности и совершенствованию своего физического и духовного состояния. Закрепляется активная позиция участием в творческих кружках, спортивных и культмассовых мероприятиях.

На показатели культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи оказывает культурная среда, в которой проживает данная группа населения. Для студентов ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ, как правило, подобной средой является территория Белгородского района. Результаты мониторинга культурно-досуговой деятельности населения Белгородского района показывают, что обычно житель посещает менее одного учреждения культуры в месяц: в среднем, число посещений музеев, кинотеатров, театров, выставок или концертов составляет 2 раза за 3 - 5 месяцев. Только 10% жителей регулярно (не реже одного раза в несколько месяцев) посещает культурные мероприятия, участвует в районных праздниках [29, 30]. В целом, не смотря на желание участвовать в культурно-досуговой деятельности (88%), показатели культурного участия населения остаются крайне низкими. Данное обстоятельство можно объяснить низким качеством культурной среды – то, что в международной практике принято называть «благоустроенность». Показатель благоустроенности характеризует возможности среды удовлетворять экономические, социальные, культурные и другие запросы населения.

В Белгородском районе сегодня развивается следующая тенденция: несоответствие между запросом жителей в сфере культуры и теми возможностями, которые предоставляют учреждения культуры для его удовлетворения. Жители сейчас тратят на посещение учреждений культуры и участие в культурных мероприятиях не более 25–30% свободного времени. Наиболее популярными учреждениями культуры они называют кинотеатры, парки и театры. Их посещает 62,6 % респондентов. Анализируя частоту посещения культурных учреждений, можно заключить, что она связана с популярностью культурного досуга: те, кто выбрал парки, посещают их, в среднем, раз в месяц. А большинство из тех, кто выбрал концерты, ходят на них не чаще двух раз в год. Это означает, что у относительно непопулярных типов учреждений культуры (концертных и выставочных залов, музеев) нет большой устойчивой аудитории, кроме тех, кто посещает их хотя бы один раз в квартал. Кроме того, следует учитывать тот факт, что не во всех населенных пунктах проходят часто (или вообще не проходят) концертные представления, выставочные мероприятия и др.

Процент людей, бывающих в этих учреждениях хотя бы один раз в несколько месяцев, составляет всего 7–10%. Раз в год там появляется 25–30% жителей. В результате, сегодня относительно постоянные аудитории существуют только у наиболее популярных типов учреждений культуры – парков и кинотеатров: 37% и 22% респондентов бывают в этих местах не реже одного раза в месяц. Мы видим, что у жителей прослеживается сравнительно устойчивый культурный запрос, преимущественно, на услуги парков, кинотеатров и театров. Другие учреждения культуры жители посещают крайне редко, от случая к случаю – один раз в полгода и реже. Кроме прочего, это означает, что большинство посещающих музеи, выставки и концерты не входят в их постоянную целевую аудиторию – только треть посетителей этих учреждений ходит туда регулярно. Встает вопрос, что определяет выбор жителей? Почему один день они посещают музеи, а другой – парки, кинотеатры и пр.?

Как показал анализ исследования, ключевым фактором культурного выбора человека оказывается компания людей, с которой он собирается провести свое нерабочее время. В таких случаях предпочтение отдается посещению культурных мероприятий совместно с друзьями, знакомыми, детьми или супругами (мужем/женой, парнем/девушкой). В одиночку ходят 5–7% жителей, преимущественно, женская часть населения и, как правило, в музеи, театры, выставочные залы. Вместе с тем, у жителей сложились вполне устойчивые предпочтения относительно компании, с которой они посещают культурные мероприятия. Примерно в 50–55% случаев компания состоит из друзей или знакомых, в 25–30% случа-

ев – из мужа/жены, парня/девушки. Наконец, в 10–12% случаях респонденты ходят в культурные учреждения со своими детьми.

Ни количество свободного времени, ни индивидуальные предпочтения не детерминируют культурный выбор в такой степени, как компания, в которой человек собирается провести время. Если он будет в компании друзей, то они, скорее всего, пойдут, на концерт, спортивное мероприятие или в театр. Если надо провести время с семьей, то выбор будет сделан в пользу зоопарка, цирка, парка или музея. Для свиданий респонденты предпочитают театры и кинотеатры, а также парки и концертные представления. И только, если свободное время будет проводиться в одиночестве, то выбор культурного досуга жителя окажется в известной степени случайным.

Несмотря на то, что практически во все учреждения культуры респонденты чаще всего ходят с друзьями, можно выделить группу учреждений семейной направленности, которые чаще посещаются либо со своими детьми, либо со своей половиной. Респондентами в данной направленности исследований выступали, преимущественно, студенты заочной формы обучения, имеющие зрелый возраст и семейный статус. Анализируя выбор компании для культурно-досуговой деятельности, можно выделить четыре типа культурных форм досуга: *тусовочный*, *романтический*, *семейный*, *одиночный*. *Тусовочный выбор* (53%) направлен на проведение культурного досуга со своими друзьями (кинотеатр, концертный зал, спортивная площадка, парк). *Романтический выбор* характерен романтических свиданий со своей парой (23%) (театр, кинотеатр, парк, концертный зал, музей). *Семейный выбор* (16%) связан с проведением досуга с семьей (музей, выставочный зал, парк, зоопарк, цирк). *Одиночный* (8%) предполагает индивидуальное времяпровождение (зоопарк, театр, музей, парк). Культурный интерес «одиночек» не дифференцирован. Исключение составляют кинотеатры – их жители крайне редко посещают в одиночестве. Лидирует, как видим, тусовочный тип культурно-досуговой деятельности.

Анализ результатов социологических исследований позволил выделить несколько факторов, определяющих культурный выбор человека. Во-первых, это общая включенность человека в жизнь населенного пункта. Чаще в культурно-досуговой деятельности участвуют те, кто интегрирован в экономическую и социальную жизнь своей местности. Такие люди имеют много социальных связей, которые определяют культурный запрос жителей. Во-вторых, это качественный состав компании человека. При чем, замечено, что большую часть своего досуга молодые люди проводят ни с семьей, ни с детьми и ни в одиночестве, а с друзьями. В-третьих, это количественный состав компании. Чем шире круг знакомств, тем сильнее человек будет интегрирован в культурную жизнь. Таким образом, ключевой фактор, объясняющий выбор культурных учреждений – это то, насколько разветвленной является сеть знакомств человека. Чем больше у человека друзей и знакомых, тем чаще он будет посещать учреждения культуры. Чем больше у него круг семьи, тем более дифференцированным будет выбор. Чем меньше у человека знакомых, тем меньшим будет его участие в культурной жизни.

Говоря о показателе благоустроенности населенного пункта, характеризующем степень удовлетворенности экономических, социальных, культурных и других запросов населения, проведем подробный анализ степени удовлетворенности жителей Белгородского района качеством предоставляемых услуг в сфере культуры. Мониторинговое исследование проводилось по следующим критериям: «важность», «удовлетворенность», «заинтересованность». Согласно данному анализу, все вопросы для респондентов являются важными (86,6%), однако качеством услуг опрашиваемые удовлетворены частично. Особенно это касается вопросов технической оснащенности (35,6%), места оказания услуг (33,7%), от-

крытости и доступности информации (30,7%). На вопрос «Желаете ли Вы чаще посещать учреждения культуры?» «Да», - ответили 72%, «Нет» – 28%. Условиями культурного обслуживания респонденты выделили: доступность и комфортность места оказания услуг; открытость информации о предоставляемых услугах; техническая оснащенность; качество работы персонала по оказанию услуг; оптимальная стоимость услуг; многосторонность услуг, безопасность для жизни и здоровья.

На основании вышеизложенного, можно выделить несколько факторов, предопределяющих выбор молодого человека в отношении культурно-досуговой деятельности. К ним относятся: общая включенность в жизнь населенного пункта, популярность, социальные связи, информированность, местоположение, разветвленность, сотрудничество. Говоря об *общей включенности в жизнь населенного пункта и популярности*, следует сказать, что чаще всего в культурной жизни участвуют те, кто интегрирован в экономическую и социальную жизнь населенного пункта, т.е. кто имеет устойчивый доход и много социальных связей. Именно *социальные связи* предопределяют культурный выбор населения. Ни количество свободного времени, ни индивидуальные предпочтения не детерминируют культурный выбор в такой степени, как компания, с которой человек собирается провести время. Большую часть своего досуга молодежь предпочитает проводить ни с семьей, ни с детьми и ни в одиночестве, а с друзьями. Если он будет в компании друзей, то они, скорее всего, пойдут, на концерт, спортивное мероприятие или в кинотеатр, парк. Культурная деятельность должна отражаться в *информационном измерении*. Информационные потоки тем заметнее, чем интереснее эта деятельность для СМИ и для жителей населенного пункта. В этом плане большую роль играют рекламные агентства, интернет-сайты.

У *местоположения* есть несколько существенных характеристик. У учреждений культуры, находящихся в центре, больше шансов для привлечения широкой общественной аудитории в связи с централизацией жизни; учреждения культуры, находящиеся рядом с другими учреждениями, могут иметь преимущества в привлечении тех или иных групп посетителей. Большое значение имеет конкурентная среда. В некоторых условиях учреждения культуры являются монополистом на своей территории: предоставляет услуги, которые больше никто в этой местности не оказывает. Подобное однообразие, в свою очередь, может привести к отторжению посетителей данного культурного заведения, желающих разнообразить свой досуг.

Фактор *разветвленности* предполагает многосторонность культурно-досуговой деятельности и разнообразие предоставляемых услуг. Данный фактор способствует вовлеченности большого количества потребителей культуры и позволяет расширению целевой аудитории. Многопрофильные учреждения представляют собой гибридные организации, объединяющие несколько видов культурного досуга, связанных с проведением и кружков, и праздничных мероприятий, и выставок, и лекций и т.д.

Фактор *сотрудничества* позволяет оптимально использовать и распределять ресурсы, как человеческие, так и пространственные. Агенты, владеющие помещениями, но не использующие их, могут предоставлять незанятые площади другим агентам, заинтересованным в данных территориях. Благодаря сотрудничеству происходит своего рода компенсация нехватки помещений и недостатка ресурсов у обоих агентов. Особенно действенным является сотрудничество культурно-досуговых учреждений с учебными заведениями и социальными центрами, что предполагает эффективную и достаточно полную информированность населения о проведении культурно-досуговых мероприятий. Результатом служит тот факт, что целевая аудитория постоянно находится в курсе культурных событий.

Ярким примером использования фактора сотрудниче-

ства является спонсорская деятельность, когда некоторые культурные учреждения сотрудничают со спонсорскими компаниями, решающими вопросы по размещению рекламы, информированию населения, использованию ресурсов сторонних организаций. Другим примером сотрудничества могут служить бартерные отношения с муниципальными организациями. Предоставляя территории для проведения мероприятий культурно-досугового типа, органы местного самоуправления получают ответные услуги от культурных заведений.

ВЫВОДЫ.

Эффективная культурно-досуговая деятельность студенческой молодежи играет неотъемлемую роль в процессе социализации личности, воспитания, развития и формирования культуры молодого человека. Мониторинговое исследование культурно-досуговой деятельности студенческой молодежи ФБГОУ ВО Белгородский ГАУ позволило выделить четыре группы молодежи: пассивно-потребительскую, активно-инициативную, ограниченно-вытесненную, хаотично-стихийную. Отмечено пассивное и потребительское отношение молодых людей к участию в культурно-досуговых мероприятиях, а также несоответствие между запросом студенческой молодежи в сфере культуры и возможностями, которые предоставляются культурной средой для ее удовлетворения. Определено, что ключевым фактором культурного выбора оказывается компания людей, с которой человек собирается провести свое свободное время, в результате чего выделено четыре типа культурных форм досуга: семейный, тусовочный, романтический, одиночный, с преобладанием тусовочного типа. Выявлено, что в условиях современности воздействовать на социальные практики досуга молодежи возможно через формирование такого типа культурно-досугового поведения, который, с одной стороны, мог бы отвечать потребностям сближения познавательно-творческой деятельности с досуговой практикой, с другой стороны – мог бы соотноситься с социокультурными потребностями самой молодежи. Полученные результаты позволили наметить практические рекомендации по улучшению эффективности предоставления услуг в сфере культуры с точки зрения вовлечения молодежи в культурно-досуговую деятельность: соответствие целевому назначению, адресность, комплексность, эргономичность, комфортность, эстетичность, точность, современность, информативность, доступность, популярность, разветвленность, сотрудничество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Основы государственной культурной политики [Электронный ресурс] – URL: <http://base.garant.ru/70828330/> (дата обращения 11.09.2019).
2. Бакланова Т.И. Этнокультурная педагогика. Проблемы русского этнокультурного и этнохудожественного образования: Монография. Саратов: Изд-во: Вузское образование, 2015. 155 с.
3. Головина Г.В. Культура досуга как условие адекватного развития личности. [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/MfVBi> (дата обращения: 25.01.2020).
4. Грибова Г.И. Актуальные проблемы формирования ценностных ориентаций современной молодежи // Общество и экономика в эпоху глобализации: Материалы научно-практической конференции. М.: ООО «Экспертно-консалтинговый центр Интеллект». 2016. С. 58–62.
5. Гумерова А. М. Роль культурно-досуговой деятельности в социальном воспитании студенческой молодежи // Молодой ученый. 2017. №3. С. 515–516. [Электронный ресурс] – URL: <https://moluch.ru/archive/137/38349/> (дата обращения: 23.02.2020).
6. Джолдасова В.К. Организация культурно-досуговой деятельности современной молодежи как средство духовно-нравственного воспитания // Экономика и социум. 2015. № 2-2 (15). С. 107–110. [Электронный ресурс] – URL: <https://readera.ru/140112075>
7. Жаворонкова О.Р., Баженова В.Я. Роль культурно-досуговой деятельности в развитии и воспитании молодежи // Педагогика и педагогический процесс: современные тенденции и перспективы развития: Материалы I Международной научно-практической конференции (Казань, 30 ноября 2016 г.). Казань: Изд-во: ИП Краснова Н.А., 2016. С. 31–33.
8. Исмаилова Н.П., Курбанова З.С. Преодоление нравственного кризиса посредством духовно-культурного воспитания молодого поколения // Науки об образовании. 2019. № 2 (75). С. 187–189.
9. Капустина Е.А. Влияние социально-культурной среды на организацию досуговой деятельности населения // Материалы VIII

Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». [Электронный ресурс] – URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016026345/contents> (дата обращения: 25.01.2020).

10. Кузнецова Е.В. Актуальность проблемы реализации духовно-нравственного воспитания в высшей школе // Науки об образовании. 2017. № 9 (83). С. 85–87.
11. Луков В. А. Теории молодежи: Междисциплинарный анализ. М.: Изд-во Канон. 2012. 528 с.
12. Панова Н.Г. Культурно-досуговая деятельность как средство формирования нравственного иммунитета молодежи / Н.Г. Панова // Общество и экономика в эпоху глобализации: сборник научных трудов по материалам научно-практической конференции (Москва, 20 января 2016 г.). М.: ООО «Экспертно-консалтинговый центр Интеллект», 2016. С. 36–40.
13. Рудакова Е.В., Белецкая Е.А. Культурно-досуговая деятельность как средство духовно-нравственного воспитания современной молодежи // Материалы VII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». [Электронный ресурс] – URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015014995> (дата обращения: 25.01.2020).
14. Умеркаева С.Ш. Проектный подход к организации семейного досуга средствами культуры // Управление инновациями в современной науке: Материалы Международной научно-практической конференции (15 октября 2015 г., г. Самара). Ч. 1. Уфа: АЭТЕРНА, 2015. С. 229–234.
15. Голобоков А.С., Караева А.А. Особенности организации культурно-досуговой деятельности в международном детском центре «Артек» // Балтийский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6. № 2 (19). С. 143–145.
16. Захарова Т.Г., Кондаурова И.К., Белова Е.А. Организация досуговых мероприятий по математике в школе // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7. № 2 (23). С. 17–22.
17. Серафимович И.В., Беляева О.А. К вопросу о преемственности ценностной участников образовательных отношений в современных социокультурных условиях // Гуманитарии Балкански изследвания. 2018. № 1. С. 24–29.
18. Роль культурно-досуговой деятельности в социальном воспитании студенческой молодежи. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.freepapers.ru/8/rol-kulturnodosugovoj-deyatelnosti-v-socialnom/30021.190909.list1.html> (дата обращения: 23.01.2020).
19. Билетный рынок России 2010–2014 гг. (кино, театры, концерты, мюзиклы). [Электронный ресурс] – URL: <http://marketing.rbc.ru/research/56294997667-1508.shtml> (дата обращения: 20.12.2019).
20. Формирование культуры досуга молодежи. [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/MHEU5> [Электронный ресурс] – URL: <http://diplomba.ru/work/8983422> (дата обращения: 20.12.2019).
21. Модельный стандарт. [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/MHETT> (дата обращения: 20.12.2019)
22. Разработка деятельности молодежного клуба. [Электронный ресурс] – URL: <https://clck.ru/MHESa> (дата обращения: 21.12.2019).
23. Волокобинский М.Ю., Пекарская О.А., Петрова Н.К. Информационные аспекты международных культурных обменов в киноиндустрии // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7. № 3 (24). С. 65–68.
24. Культура России: Информационно-аналитический сборник. М.: Изд-во ФГУП «ГИВЦ Минкультуры России», 2014. 283 с.
25. Народная экспертиза: независимая оценка (Белгородская область). [Электронный ресурс] – URL: <http://belgorod.bezformata.ru/listnews/icikl-otcenki-uchrezhdenij-sotcialnoj/36003551/> (дата обращения: 23.12.2019).
26. Агеева К.А., Белозерова И.А. Современное состояние общественного сознания студенческой молодежи // Горинские чтения. Наука молодых - инновационному развитию АПК: Материалы Международной студенческой научной конференции. Майский. 2019. С. 256.
27. Белозерова И.А. Роль праздничных народных традиций в воспитании современной молодежи // Проблемы и перспективы инновационного развития агроинженерии, энергоэффективности и ИТ-технологий: Материалы XVIII Международной научно-производственной конференции. 2014. С. 208.
28. Белозерова И.А. Отношение сельской молодежи к празднично-обрядовым народным традициям // Инновации в АПК: проблемы и перспективы. 2014. № 3 (3). С. 49–54.
29. Кривун Е.В., Белозерова И.А. Факторы формирования мировоззрения современной молодежи // Актуальные проблемы теории и практики социальной работы. Методика социальной работы с различными категориями населения: Материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. 2017. С. 151–156.
30. Кривун Е.В., Белозерова И.А. Трансформация традиционных ценностей российской провинции (на примере Белгородской области) // Органическое сельское хозяйство: проблемы и перспективы: Материалы XXII международной научно-производственной конференции. 2018. С. 203–206.

Статья поступила в редакцию 27.03.2020

Статья принята к публикации 27.08.2020