

11. Соколов Д.С., Томилина Н.С. Инновационная инфраструктура в современной России: понятие, содержание, особенности // Инновационная наука. 2016. №1-1 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-infrastruktura-v-sovremennoy-rossii-ponyatie-soderzhanie-osobennosti> (дата обращения: 01.06.2023).

12. The Future of Jobs Report 2023. World Economic Forum. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023/>

DOI: 10.24412/1994-3776-2023-2-46-51

УДК: 316.7

Ю.М. Львин

ДОСУГОВЫЕ ПРАКТИКИ И СТРАТЕГИИ ДОСУГОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Y. Lvin. Leisure practices and strategies of leisure behavior in a modern urban environment

Аннотация. В статье представлены результаты теоретического и эмпирического анализа современной городской социокультурной среды, ее объективной (городское пространство) и субъективной (повседневная реальность, проявляющаяся в виде стандартов, образов, ценностных установок и предпочтений) составляющих. Особое внимание уделяется социокультурным изменениям в досуговой сфере, многообразию и дифференциации форм и видов досуга, досуговых практик и досугового поведения в городской среде в зависимости от социокультурного статуса города. На основе анализа результатов социологических и маркетинговых исследований приводятся типологии стиля жизни современного городского жителя в сфере потребления и досуга, высказывается точка зрения о том, что дифференциация по стилям жизни (т.н. «стилевая индивидуализация») в российском обществе носит характер «престижного поведения», позиционирования социального и жизненного успеха, что в свою очередь связано с уровнем материального благосостояния и является дополнительным критерием социального неравенства.

Ключевые слова: экономические реформы, работники предприятий и организаций, трудовая активность, социальная эффективность.

Контактная информация: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д.21; e-mail: lvin.yu@unecon.ru

Abstract. The article presents the results of theoretical and empirical analysis of the modern urban socio-cultural environment, its objective (urban space) and subjective (everyday reality, manifested in the form of standards, images, values and preferences) components. Particular attention is paid to socio-cultural changes in the leisure sphere, the diversity and differentiation of forms and types of leisure, leisure practices and leisure behavior in the urban environment, depending on the socio-cultural status of the city. Based on the analysis of the results of sociological and marketing research, the typologies of the lifestyle of a modern urban dweller in the sphere of consumption and leisure are given, the point of view is expressed that differentiation by life styles (so-called "style individualization") in Russian society has the character of "prestigious behavior", positioning of social and life success, which in turn it is connected with the level of material well-being and is an additional criterion of social inequality.

Keywords: leisure sphere, leisure industry, leisure practices, strategies of leisure behavior, lifestyle, urban space as a socio-cultural environment.

Contact information: 191023, St. Petersburg, Sadovaya st., 21; e-mail: lvin.yu@unecon.ru

Городское пространство как социокультурная среда неразрывно связана с жизненным пространством человека в его социокультурном, социально-экономическом и

Львин Юрий Михайлович – кандидат психологических наук, доцент, кафедра социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Y. Lvin – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Sociology and Personnel Management, Saint-Petersburg State University of Economics.

© Львин Ю.М., 2023

социально-психологическом контекстах: социальные проблемы в сфере свободного времени и досуга, дифференциация форм и видов досуга различных социальных групп (возрастных, гендерных, профессиональных, др.), влияние социальных медиатехнологий (реклама, public relations и т.д.) на изменения стиля жизни, досуговых практик и поведения. В рамках индивидуальной досуговой жизнедеятельности формируется личностный потенциал, от которого во многом зависит качество жизни, социальное самочувствие и благополучие человека.

О.В. Понукалина определяет **досуговое пространство** как «*территориальную социокультурную организацию деятельности индивида в свободное время*» [5], включающую в себя: социальное взаимодействие; социальные связи и отношения («метафорическое пространство, структурируемое социальными статусами»); объекты социальной инфраструктуры.

При изучении городского досугового пространства с позиций структурно-функционального подхода, как правило, выделяют *объективную* и *субъективную* составляющие. К *объективной* составляющей относят: административно-территориальные, географические, природно-климатические и демографические факторы, влияющие на ресурсные возможности досугового пространства и особенности досуговой активности горожан. К *субъективной* составляющей относят социокультурные возможности городской среды, влияющей на формирование социокультурных норм, ценностных ориентаций, образа жизни и стратегий досугового поведения. Новая система ценностей современного общества существенно повлияла на социальную мотивацию, структуру, содержание и формы потребительского и досугового поведения людей, повышенные требования к устройству городской среды в соответствии с интересами, вкусами и предпочтениями горожан.

Для современного города характерны высокий уровень многообразия и дифференциации форм организации социальной среды, видов социально значимой деятельности, социальных связей и отношений, что является главным условием для проявления и накопления творческого потенциала, стремления к индивидуальности, личностному своеобразию и самореализации.

Социальная среда, обеспечивая необходимые условия для удовлетворения досуговых потребностей, не только оказывает влияние на их формирование, но и сама трансформируется (изменяются ранее существовавшие и возникают новые виды досуговой деятельности), что характеризует **взаимовлияние социокультурной среды и досуговой деятельности**.

В качестве одного из важных критериев уровня развития досуговой сферы используется понятие «**стратегия досугового поведения**», под которым понимают способы изменения социального статуса посредством выбора определенных видов досуга. Другими словами, *стратегия досугового поведения* выступает как *способ реализации индивидуального потенциала* путем использования доступных ресурсов для достижения жизненно необходимых целей в сфере досуга (через участие в разнообразных видах досуговой деятельности). В зависимости от того, каковы интересы и какими ресурсами человек при этом располагает, следует различать «**стратегии досуговой деятельности**» (внешнего ее проявления).

Уровень развития досуговой сферы во многом определяется наличием сети специализированных досуговых учреждений (клубов, кафе и других мест отдыха) и складывающейся «*индустрии досуга*, включающей:

- *коммерческие структуры* (реклама, пиар-технологии и т.п.);
- *творческие предприятия и центры досуга*;
- *государственные организации культуры досуга* (театры, музеи, библиотеки)» [6].

В качестве основных форм организации досуговой деятельности можно выделить *клубную* деятельность, *кружковую* и *студийную* работу, работу с неформальными

молодежными объединениями по интересам, *игровую* и *спортивную* деятельность, посещение театров, музеев, выставок, *семейный досуг* и детские праздники.

Для понимания особенностей многообразия видов и форм досуга, досуговых практик и стратегий досугового поведения в условиях городского социокультурного пространства необходимо учитывать следующие обстоятельства:

1. *Объектом реализации стратегий досугового поведения выступает городская среда* (наличие соответствующих ресурсов, активное преобразование окружающего пространства, ценность престижного потребления и т.п.). Именно территориальная локация определяет возможности и досуговые предпочтения субъекта досуговой деятельности и влияет на их реализацию.

2. *Реализация стратегий досугового поведения в городской среде зависит от социокультурного статуса города* (малый, средний, крупный, мегаполис): мегаполисы, областные центры и крупные города в центральной части России обладают большим социокультурным потенциалом, сервисными возможностями и более привлекательным имиджем.

3. *В малых и средних городах преобладают простые формы досуговой деятельности* (любые изменения этих форм обусловлены внешними факторами). Для *крупных городов* *больше характерна культурная вариативность*, обусловленная наличием соответствующей структуры досуговых учреждений, обеспечивающих определенные интересы и престижное потребление горожан.

4. *Культурное досуговое пространство мегаполисов характеризуется децентрализацией институциональной структуры досуговой сферы, образованием различных субкультур* (с собственными критериями престижности, системой досуговых учреждений для различных категорий граждан), а также *стилевой дифференциацией образа жизни (полистилизм)* (плюрализм видов досуга и многообразие видов престижного поведения через призму «социальной стратификации» и «стилевой контрастности») [1].

5. *Компьютеризация и интернетизация городского пространства, появление виртуальных стратегий досугового поведения молодежи* (активность и узнаваемость в виртуальном пространстве становится элементом «престижного поведения», способом повышения собственного статуса, самоуважения). Эта тенденция прослеживается в возникновении двух наиболее распространенных форм и основных показателей виртуального досуга – «жизнь в Интернет-среде» и «уровень сложности и личные достижения в компьютерных играх».

Досуговая деятельность современного горожанина претерпела значительные изменения в повседневной жизнедеятельности и культуре городской среды. Дефицит личного времени, ограничения личного пространства, которые испытывают современные горожане, заставляет внимательнее относиться к выбору видов досуга и форм досуговой деятельности. Безусловно, в жизни современного человека сохраняются и традиционные формы проведения досуга как времяпрепровождения, однако новые возможности, доступность разных форм современной индустрии досуга приводит к **типологическим изменениям досуговой сферы в целом**.

1. Досуг в жизни современного человека выступает важным элементом свободного времени, характеризуется функциональной вариативностью, совокупность которых образует **типы досуговой деятельности**: *развивающий, развлекательный, домашний, спортивный, общественно-политический, реабилитационный* и др.

2. Изменения в досуговой сфере обусловлены технологическими, социально-экономическими и социокультурными изменениями в жизни общества. Возникли **качественно новые виды досуга и досугового поведения**, характерными чертами которых являются **развлекательная, культурно-потребительская, рекреационная направленность** их содержания. Основные виды досуга стали другими не столько по форме,

сколько по содержанию, что связано с появлением новых информационных технологий, а вместе с ними – изменением ценностно-смысловой и потребностно-мотивационной сферы личности современного человека. Вследствие чего можно говорить о *возникновении* (как минимум формировании) *новых субкультур, носящих досуговый характер*. Сегодня кроме традиционных форм молодежный досуг, например, может быть представлен в новых инновационных формах художественной деятельности (*брейк-данс, реп-фестивали, граффити* и др.), экстремальных видах спорта (*аквабайк, паркур, сноубординг* и др.) [2].

3. Одним из важнейших видов активного отдыха становятся спортивно-оздоровительные центры и туризм. Основными учреждениями, реализующими такую деятельность, являются клубы здоровья, физкультурно-, спортивно- и рекреационно-оздоровительные центры, туристические базы, молодежные оздоровительные лагеря, косметические центры и т.д.

4. Претерпел определенные изменения и гендерный аспект досуга. Современные женщины чаще демонстрируют амбициозные тенденции в выборе видов и форм досуга традиционно считавшимися мужскими (например, экстремальные виды спорта и т.п.), мужчины более консервативны и склонны к соблюдению закрепленных гендерных норм в отношении досугового поведения. При этом структура досуга разных поколений [5; 6] имеет свои особенности (см. рис.).



Рисунок. Структура досуга молодого и старшего поколений

Сравнительный анализ структуры досуга, досуговых интересов и форм досугового поведения представителей разных поколений позволяет выделить присущие им характерные особенности.

Особенности досугового поведения поколения «18+»:

- молодое поколение является самым активным агентом потребления на рынке досуговых услуг, значительная часть молодежи ориентируется на материальные ценности и ценности западного образа жизни; приветствуется опережающее потребительское поведение по схеме «товар сейчас - заплатил потом»;

- потребительское поведение и выбор досуговых практик ориентированы на референтные группы («совместный шопинг»), «демонстративное потребление», создание иллюзии своей принадлежности к более высокому социальному слою, характеризуется непостоянством, частотой, вариативностью, высокой восприимчивостью к новым, нетрадиционным формам досуга;

- развлекательный характер потребительского поведения (гедонизм) в сфере досуга; ориентация на личный комфорт; прагматичность и стандартизация потребительского поведения под влиянием глобализации и развития сетевых бизнес-структур.

Особенности досугового поведения поколения «60+»:

- приоритет духовного над материальным; трудолюбие; коллективизм; общинность; двойственный характер модели проведения досуга («домашнее» и «общественное»);
- приоритетные ценности: семья, материальный достаток, благополучие и здоровье близких людей, детей, внуков; хорошие отношения (уважение окружающих); информированность о состоянии дел в стране и в мире;
- потребительское поведение и выбор досуговых практик старшего поколения ориентированы на прошлый опыт и экономию средств на культурно-досуговые мероприятия;
- коммерциализация доступа к культурным ресурсам, низкий уровень доходов резко ограничивает возможности получения социально-культурной информации, приводят к постепенному устранению значительной части этой категории из системы социальных и культурных связей;
- многие люди старшего поколения просто не понимают, как реализовать себя и чем занять освободившееся время, но даже если человек знает, чем он хочет заняться на пенсии, информационная работа с населением нередко оставляет желать лучшего.

На основе факторного анализа наиболее характерных социальных установок, ожиданий и жизненных позиций респондентов социологических и маркетинговых исследований принято выделять модальные *типы потребителей*, различающиеся *по стилю жизни*. Например, в регулярно проводимых с 1995 года исследованиях известном как «Российский индекс целевых групп (R-TGI - Russian Target Group Index)» [10] выделяют 10 наиболее типичных групп потребителей: «новаторы», «благополучные», «оптимисты», «рассудительные» и др., различающиеся по способам потребительского поведения, в т.ч. и в сфере досуга. Изменение социально-экономической и социокультурной ситуации в обществе может привести к изменению структуры и типологии групп.

Существуют и иные подходы к выделению групп по критериям *«потребительского и досугового поведения»*, *«досуговых практик»* и *«стиля жизни»*. Есть точка зрения, высказанная немецкими социологами Б. Хельшером и Р. Дитрихом в работе «Россия идет на Запад?», что *«дифференциация по стилям жизни российской аудитории носит весьма условный характер»* [11]. Они полагают, что в России с одной стороны, идет очевидный процесс принятия рекламируемых массмедиа моделей западного образа жизни некоторыми группами российского общества, но применение западных потребительских, досуговых и социокультурных практик носит скорее характер внешнего подражания, «модной видимости», имитации (т.е. используются без глубокого понимания и принятия стоящими за ними ценностей, социальных норм и стандартов).

По мнению немецких социологов, освоение какого-то стиля жизни в России не носит характера личностной дифференциации, а скорее характер *«престижного поведения»* в рамках традиционной вертикальной социальной стратификации, когда *«стиль жизни» служит знаком не индивидуальности, а социального статуса*. А поскольку статус в российском обществе проявляется через власть и иные «классические» критерии неравенства, ориентация на «престижное поведение» может выступать в качестве нового дополнительного критерия для позиционирования личности в социальной структуре традиционного типа.

К престижным видам досуга и досуговых практик в условиях современной городской среды можно отнести: посещение «продвинутых» клубов и дискотек, отдых на популярных курортах за границей, увлечение модными видами спорта и времяпрепровождения.

По мнению многих авторов [2; 3; 9; 10] в России с ее социально-экономической неоднородностью тенденции стилевой индивидуализации носят «потребительский», «имиджевый» характер и зависят, прежде всего, от уровня материального благосостояния.

Коммерциализация культурного пространства все более ведет к отходу от норм и ценностей духовной культуры к усвоению упрощенных образцов массовой культуры, что наиболее явственно проявляется в электронных средствах массовой информации и массмедиа. Современное состояние досуговой сферы указывает на односторонность и унифицированность ее развития, приоритетность самой ценности досуга для большей части людей порождает такие социальные проблемы в этой сфере, как: материальное и культурное неравенство, ограниченность доступности многих форм и видов досуга для социально незащищенных слоев общества, дифференциацию общества по стилям жизни и формам досуга, возникновение девиантных досуговых практик и зависимостей в различных видах досуга (игровая, киберзависимость и т.п.). Досуговая сфера в современной городской среде нуждается сегодня не только в инвестициях, федеральных программах и региональных инновационных проектах, но и в оперативных управленческих решениях по развитию этой сферы в социальном пространстве каждого человека с учетом обозначенных проблем.

Литература

1. Аверкин М.Г. Анализ досуговых форм социальной деятельности человека в современном коммуникативном пространстве города / М.Г. Аверкин // Вестник НГИЭИ. - 2016. - № 7 (62). - С. 160–168.
2. Бутонова Н.В. Досуговые практики в современной культуре / Н.В. Бутонова // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А.С. Пушкина. – 2012. – Т. 2. № 1. – С. 201-210.
3. Давыдова Н.М. Специфика досуга среднего класса // Средний класс в современной России / Отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова; Ин-т социологии РАН. - М.: 2008. - С. 90-100.
4. Ермакова Л.И. Анализ влияния новых досуговых практик креативных пространств на формирование ценностных ориентаций горожанина / Л.И. Ермакова, Д.Н. Суховская // Манускрипт. - 2017. - № 11 (85). - С. 52–55.
5. Ионова О.В. Современные виды досуга студенческой молодежи / О.В. Ионова // Известия ВУЗов. 2015. - №3. - С. 96-107.
6. Нуксунова А.М. Досуговое поведение россиян / А.М. Нуксунова // Мониторинг. 2010. №2. - 252 с.
7. Понукалина О.В. Досуг в пространстве современного города. – Саратов: гос. техн. ун-т, 2007. – С. 81.
8. Понукалина О.В. Трансформация сферы досуга российского общества: социологический анализ. – Саратов: гос. техн. ун-т, 2008. – 104 с.
9. Понукалина О.В. Специфика показного потребления досуга в условиях общества постмодерна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. - 2009. - №1. - С. 301-310.
10. Рощина Я.М. Дифференциация стилей жизни россиян в поле досуга // Экономическая социология. Т. 8. № 4. Сентябрь 2007.
11. Хельшер Б., Дитрих Р. Россия идет на Запад? Анализ российской социальной структуры: взгляд из Германии // Журнал социологии и социальной антропологии. Том 2. №1. 1999. – С. 66-89.