

ФИЛОНЕНКО Виктор Иванович – доктор социологических наук, профессор Института философии и социально-политических наук Южного федерального университета, директор Центра социально-политических исследований ЮФУ (344065, Россия, г. Ростов-на-Дону, пер. Днепроvский, 116, корп. 3; vfilonenko@sfn.edu.ru)

ШТОМПЕЛЬ Людмила Александровна – доктор философских наук, профессор; заведующий кафедрой теории культуры, этики и эстетики Института философии и социально-политических наук Южного федерального университета (344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, Б. Садовая, 105/42; lashtompel@gmail.com)

ШТОМПЕЛЬ Олег Михайлович – доктор философских наук, профессор кафедры теории культуры, этики и эстетики Института философии и социально-политических наук Южного федерального университета (344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, Б. Садовая, 105/42; shtompel@donpac.ru)

КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКИХ СТУДЕНТОВ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация. В статье на основе мониторингового межрегионального социологического исследования «Противоречия и парадоксы социализации студенческой молодежи в условиях транзитивности современного российского общества», проведенного в 2016 г. Центром социально-политических исследований ЮФУ, рассматриваются досуговые предпочтения российского студенчества, являющиеся одним из важных составных элементов эмоционально-ценностных ориентаций современной молодежи. Значительная часть студентов видит в досуге возможность реализации модели поведения, основанной на индивидуальном свободном выборе. Большинство молодых людей предпочитает гедонистический образ жизни, где упорная учеба имеет важное, но не основное значение для индивида. Структура и формы досуга трансформируются, и все большее место в нем приобретает ценность индивидуальных практик в соответствии с концепцией «общества переживаний».

Ключевые слова: студенчество, досуг, социализация, ценностные ориентации, «общество переживаний»

Изменения, происходящие в последние два десятилетия в системе высшей школы, имеют одним из последствий сужение воспитательного пространства, падение интенсивности педагогического воздействия на студенчество. Число «значимых других» и демонстрируемых вариантов жизненных траекторий для молодежи в связи с расширением сети Интернет увеличивается в геометрической прогрессии; социокультурное вневузовское пространство, где, собственно, и реализуются возможности, связанные со свободным временем студентов и их досуговыми интересами, в условиях разновекторности действия основных агентов социализации находится вне сферы влияния высших учебных заведений. Это привело к тому, что под угрозой оказалось органическое единство обучения, воспитания, формирования академических, профессиональных и гражданских компетенций.

В течение краткого периода времени мы пережили резкий спад интереса к образованию и последующий сразу же за ним лавинообразный спрос на него. Мы не случайно употребили термин «спрос»: сейчас образование воспринимается большинством населения не столько как внутренняя потребность, сколько как внешняя необходимость. И исследователи, и преподаватели отмечают общее снижение интереса к учебе у некоторой части нынешнего поколения студентов, их подчеркнутое нежелание следовать принятым в процессе обучения нормам, более того, стремление вступать в открытую конфронтацию с этими нормами и с их носителями. Студенты переносят в учебные аудитории сленг, манеру поведения и общения, не характерные для формальных организаций. Идея инди-

видуального самосовершенствования, столь популярная среди современной молодежи, реализуется в ходе профессионального обучения студентов лишь частично, причем развивающие, культурно-творческие формы досуга далеко не преобладают в структуре их свободного времени.

Следует отметить, что именно досуг как наиболее существенная часть свободного времени является для современной российской молодежи одной из главных ценностей в культурной картине мира, определяющей характер, направленность и смысл ее жизнедеятельности. Структурно-функциональные сдвиги, происходящие в досуговой сфере в условиях трансформации современного российского общества, свидетельствуют о серьезной перестройке системы ценностных ориентаций студенчества, которые взаимоувязаны весьма противоречивым образом как с социальной логикой процесса обучения, так и с логикой индивидуального поведения в свободное время. Все это влияет на появление новых форм и способов досуга студентов, переструктурирование их иерархии, а также на наполнение новым содержанием «старых» его форм. Данное обстоятельство тем более важно, что в значительной степени именно здесь происходит становление личности молодых людей, призванных в будущем пополнить кадры политической, научной, производственной и культурной элиты страны. Поэтому проблема досуга молодежи имеет далеко не второстепенное значение для социологов, и она находится не на периферии их научных интересов.

Таким образом, основной задачей данной статьи является определение на основе межрегионального социологического исследования взаимосвязи ценностных ориентаций студенческой молодежи как особой социально-демографической группы и траекторий выстраивания учащимися вузов жизненных практик в досуговой сфере.

Интенции формирования досуговых практик студентов неразрывным образом связаны с ценностными установками, складывающимися в ходе их учебной деятельности и оказывающими, в свою очередь, воздействие на образ жизни и стиль поведения молодых людей. Итак, возникает вопрос: какие ценностные установки, не реализуемые в рамках формального института образования, в процессе учебно-производственной деятельности студенчества, «материализуются» в досуге как в свободной сфере жизни, основанной на индивидуальном выборе учащихся? Высшее образование рассматривается ими в качестве необходимого ресурса для вступления во взрослую жизнь. Внутренний духовный рост, накопление социокультурного капитала, «самодостраивание» своей личности оказывается одним из главных стимулов получения высшего образования. Данная направленность выбора на всем продолжении обучения выглядит весьма устойчивой для абитуриентов и студентов вузов, что подтверждается соответствующими социологическими данными. Например, для респондентов из Ростовской обл. устойчиво лидирующим мотивом выбора профессии, специальности выступает «удовлетворение собственных интересов, развитие способностей»: 51,0% – в 2006 г.; 57% – в 2011 г.; 58,9% – в 2016 г. В этот же период времени на 11,1% снизилось число студентов, ориентирующихся на «высокооплачиваемые» профессии. Тенденция преобладания идеи самосовершенствования в мотивационной структуре студентов при выборе специальности подтверждается и в других регионах: 57,5% – в УрФУ (г. Екатеринбург), 61,2% – в КубГУ (г. Краснодар), 61,3% – в КГУ (г. Казань), 59,9% – в КалмГУ (г. Элиста), 58,1% – в АГУ (г. Майкоп).

Современная молодежь более самостоятельна в выборе своего жизненного пути, предпочитает «жить своим умом». К примеру, мнение родителей при выборе вуза оказалось решающим лишь для 18,7% респондентов, чаще это студенты, обучающиеся на договорной основе, проживающие в селе, студенты со слабой академической успеваемостью. Получается, что в полном соответствии с

концепцией префигуративной культуры чем сильнее влияние родителей на профессиональный выбор детей, тем ниже эффективность учебной деятельности последних. Другими словами, самостоятельность выбора повышает степень личной ответственности и заинтересованности студента в получаемой профессии.

Стремление к самостоятельности, свободе от опеки является у студентов одним из мотивов (наряду с экономической необходимостью) заниматься во время учебы различного рода подработками. Желание быть независимыми в финансовом плане от родителей оказывает мотивирующее воздействие, толкающее студентов на рынок вторичной занятости – как для оплаты досуга (33%), так и для возмещения расходов первой необходимости (32% респондентов). Получается, что значимость досуговой сферы во многом определяет стратегию поведения значительного числа учащихся, предпочитающих подрабатывать даже в ущерб учебе. Ведь учащиеся вузов попадают в ловушку, созданную их собственными руками: согласно данным исследования 2016 г., большинство студентов, которые успешно справлялись с программой обучения, не имели подработок, в отличие от студентов, учившихся на «тройки». Мало того, среди имеющих задолженности превалируют «вторично занятые».

Впрочем, реальное выстраивание бывшими абитуриентами дальнейших стратегий поведения явно противоречит первоначальным (при поступлении в вуз) установкам на внутреннее самосовершенствование. Оказывается, что отношение к вузу, в котором обучаются студенты, носит скорее утилитарно-прагматический характер. Наблюдается увеличение числа студентов, которые считают, что вуз должен давать знания по профессии, а остальное (мировоззрение, образ жизни, стиль поведения) – личное дело каждого, никому до этого дела нет. Динамика здесь такая: если в 2006 и 2011 г. несогласных с данным тезисом было 43,7% и 46% соответственно, то в 2016 г. увеличилось число ответов, выражающих согласие с этим положением: 38,8% в 2006 г., 37% – в 2011 г., в 2016 г. – 44,7%. Казалось бы, можно было бы порадоваться более трезвому, соответствующему реалиям сегодняшнего дня настрою студентов, которые должны понимать значимость получаемых в стенах вуза профессиональных знаний и компетенций, если бы не следующая установка, явно противоречащая двум предыдущим, – на превалирование в мотивационной сфере идей самосовершенствования и одновременно профессионального роста в избранной сфере получения знаний и умений. Оказывается, что при выборе модели студенческой жизни, несмотря на то что ориентация на упорную учебу и самоограничение ради успешного профессионального будущего возрастает (9,9% в 2006 г., 16,6% в 2011 г. и 20,1% в 2016 г.), большинство респондентов предпочитают потребительскую, а не самоограничительную модель поведения (81,2% в 2006 г., 75% в 2011 г. и 67,2% в 2016 г.), считая, что студенческая жизнь – это, прежде всего, особая пора молодости, преимущества которой надо полноценно использовать без всяких самоограничений. Студенты чувствуют себя свободными и независимыми, прежде всего в выборе форм досуга.

В результате значительная часть современных молодых людей выстраивают для себя гедонистическую модель поведения, где особое значение приобретает свободное время и досуговая деятельность, носящая в основном не творческий, а потребительский характер.

Правда, ситуация несколько меняется там, где молодые люди ощущают свою явную востребованность как со стороны рынка труда, так и общества в целом. Так, для студентов аграрных вузов мотив удовлетворения собственных интересов и личностный рост (в отличие от обучающихся других вузов) не являются главенствующими: для студенчества крупнейшего в ЮФО Кубанского ГАУ (г. Краснодар) он оказывается на 4-м месте (выбор 23,9% опрошенных), главной

же причиной поступления оказывается высокий спрос на профессию на рынке труда – 71,4%. Такого рода установка отражает специфику аграрного Кубанского края, перспективность поиска работы в сельском хозяйстве в условиях санкций и контрсанкций, престижность сельскохозяйственной профессии на Юге России (мотив «престижности» при поступлении отметили 57,2% респондентов этого вуза). Таким образом, можно зафиксировать, что ограниченность потребностей рынка труда и малой востребованности специалистов в сфере создания общественных и культурных благ ведет к тому, что значительная часть учащейся молодежи видит «оправдание» своей учебы в вузе в идее самосовершенствования и накопления культурного капитала, хотя в действительности большая часть студентов склоняется к гедонистическому образу жизни, где основную роль играет сфера досуговых предпочтений.

Может быть, студенты в большинстве своем отказываются от модели поведения, связанной с упорной учебой и самоограничением, из-за разочарования в выбранной профессии и вузе, где они обучаются? Нет, разочаровавшихся в вузе и специальности только около 1/10 части респондентов (11,6% в 2006 г., 9,0% в 2011 г. и 10,9% в 2016 г.). При этом, по мнению большей части студентов вузов ЮФО и других регионов (если суммировать ответы тех, кто не согласен с этим высказыванием или затрудняется с ответом) в 2016 г., успешная профессиональная карьера не зависит от «лучшей учебы» в «незабываемом», избранном ими вузе: не согласны с этим утверждением 29,0% студентов ЮФУ, затруднились с ответом – столько же; не согласны 33,3% студентов ДГТУ, затруднились с ответом 27,1%; не согласны 30,0% студентов РГЭУ (РИНХ), затруднились с ответом 29,0%; в УрФУ (г. Екатеринбург) – 38,7% и 33,4% соответственно, в СКФУ (г. Ставрополь) – 26,5% и 25,6%, в ВолгГТУ – 42,9% и 28,1%, в КФУ (г. Казань) – 31,7% и 22,9% соответственно. Исключение составляют студенты Ростовского государственного медицинского университета – 8,1% и 14,8% соответственно и Кубанского государственного аграрного университета (г. Краснодар) – 9,4% и 12,5%.

В досуговой сфере все большее значение приобретают индивидуализированные формы общения в ущерб общим и коллективным формам его проведения. Так, например, встречи с друзьями поднялись по шкале предпочтений способов проведения досуга за 10 лет (сравнение показателей по вузам Ростовской обл.) более чем в 3 раза: 19,1% в 2006 г., 75% в 2011 г. и 59,7% в 2016 г. Этот показатель тем более важен, поскольку социокультурное окружение студентов не отличается разнообразием, ведь основная масса их друзей, т.е. «значимых других», рекрутируется из той же студенческой среды. Оказалось, что среди друзей не являются студентами явное меньшинство (6,4% в 2006 г., 6% в 2011 г., 8,2% в 2016 г.). Конечно, есть небольшие колебания по данному фактору в зависимости от специфики вуза, его географического расположения и т.д. (к примеру, не-студенты среди друзей встречаются у 15,7% респондентов НИМИ ДГАУ (г. Новочеркасск), 14% респондентов Калмыцкого ГУ (г. Элиста), однако принципиального значения данное обстоятельство не имеет. Российское студенчество продолжает «вариться в собственном соку». Это обстоятельство усугубляется тем, что вследствие сокращения аудиторных занятий и увеличения числа студентов в расчете на одного преподавателя поле личного контакта между двумя этими важнейшими субъектами учебного процесса сужается и, согласно опросу, практически половина учащихся вузов не могут найти своих Учителей, наставников среди профессорско-преподавательского состава, с которым у большинства студентов складываются в рамках учебного процесса, по их мнению, чисто формальные отношения. Стоит отметить, что стремление студентов к живому личному контакту с преподавателями заметно усилилось за последние годы: в 2006 г. этот

показатель по вузам Ростовской обл. составлял 30,5%, в 2011 г. — 41,0%, в 2016 г. — 42,8%. В этой ситуации возрастает роль социальных сетей в Интернете как площадок общения и свободного представления своего «Я» в виртуальном пространстве.

В данной связи особый интерес представляет анализ источников информации, из которых представители студенческой молодежи узнают о политических событиях в стране и мире. Абсолютное большинство респондентов (86,5%) обращаются к интернет-источникам для получения информации о том, что происходит на мировой политической арене. Новости из мира политики через непосредственное участие в политической жизни города узнают лишь чуть более 3% опрошенных. Эти процессы фиксируются на фоне того, что студенты стали значительно меньше читать печатную продукцию в виде газет и журналов (42,2% в 2006 г., 28% в 2011 г. и 15,7% в 2016 г.).

В целом в структуре свободного времени и досуга студенчества занятия политической деятельностью минимальны. Уровень реальной вовлеченности студенческой молодежи в политическую жизнь страны оказался весьма незначительным: лишь 1,8% опрошенных принимают участие в политической деятельности, работе различных организаций. Особо примечательным является тот факт, что за прошедшие 6 лет уровень интереса к политике у студенческой молодежи остался практически неизменным: в 2011 г. ситуативный и регулярный интерес к политическим событиям проявляли 51% и 34% респондентов соответственно; отсутствие заинтересованности указывали 9%, а непосредственно участвовали в работе политических организаций 2%.

Тенденция индивидуализации досуга подтверждается и увеличением за 10-летний период числа студентов, имеющих хобби (почти в 2 раза). Согласно нашему социологическому опросу, имели хобби и занимались им дома 18,4% в 2006 г., 28% — в 2011 г. и 31,8% — в 2016 г. Здесь просматривается наметившаяся эскаapistская тенденция, связанная с желанием «отгородиться» от общества и его проблем.

В подтверждение данной ситуации следует отметить, что 91,7% студентов Ростовской обл. не являются членами каких-либо городских общественных, творческих, любительских объединений (в т.ч. спортивных, благотворительных, волонтерских, театральных и литературных и т.д.). При этом более 40% респондентов хотели бы (и эта цифра практически стабильна на протяжении 10 лет) принимать более активное участие во внеучебной студенческой жизни.

Несколько особняком здесь стоят некоторые федеральные вузы, проводящие, по-видимому, более активную региональную политику: в общественной и культурной сфере городской жизни принимают участие относительно большое число учащихся — 26,7% в КФУ (г. Казань), 19,1% в УрФУ (г. Екатеринбург).

В досуговой сфере студентов зафиксирована следующая тенденция: уменьшается ценность и притягательность мероприятий, связанных со стандартными коллективными формами развлечений, таких как дискотеки, ночные клубы и т.д. За 10 лет их посещаемость уменьшилась почти в 4 раза: 42,4% в 2006 г., 29% в 2011 г., 11,1% в 2016 г. Особую ценность приобретают формы досуга, позволяющие «накапливать» непосредственные личные, эмоционально окрашенные впечатления. Недаром за 10 лет число предпочитающих гулять, проводить время на прогулке увеличилось в 10 раз. Понятно, что посещение кафе, баров, ресторанов сокращается в связи с общим уменьшением доходов и возрастающей дороговизной жизни (такой досуг позволили себе в 2016 г. 28,4% респондентов, тогда как в 2011 г. их было 40%).

Отрадно заметить, что идея здорового образа жизни завоевывает все больше сторонников в среде студенчества (24,2% в 2006 г., 35,5% в 2011 г., 55,3% в 2016 г.).

Молодежь в своих жизненных практиках все в большей степени ориентируется на сугубо индивидуализированные формы восприятия окружающего мира на основе все большей досуговой активности, поиск новых форм ее реализации. Недаром в понятие «жизненный успех» все большее число студентов включают получение ярких жизненных впечатлений (8% в 2011 г. и 13,5% в 2016 г.), и одновременно падает такой «коллективистский» показатель, как уважение окружающих (24% в 2011 г. и 17,3% в 2016 г.). Причем в некоторых вузах показатель «получение ярких жизненных впечатлений» изменился весьма значительным образом: с 9% в 2011 г. до 19,3% в 2016 г. для студентов РГСУ (г. Ростов-на-Дону), с 5% в 2011 г. до 16,5% в 2016 г. для студентов РГЭУ (РИНХ) (г. Ростов-на-Дону); в некоторых федеральных университетах данный показатель жизненного успеха в 2016 г. еще выше – 23,8% в УрФУ (г. Екатеринбург), 20,4% в КФУ (г. Казань). При этом в студенческой среде снижается ориентация на обладание богатством и престижной собственностью.

В результате вырисовывается весьма своеобразная модель досуговой деятельности студентов, имеющая в качестве культурного кода своей реализации в жизненных практиках несколько противоречивую систему ценностных установок. Отход от коллективных общественно-организованных форм проведения досуга в сторону его индивидуализации и большему превалированию внутреннего эмоционального начала по сравнению с внешней атрибутикой престижного отдыха является показателем того, что именно досуг для молодых людей оказывается зоной свободы и выражения индивидуальности. Поэтому для большинства учащихся вузов студенческая пора ассоциируется не с упорной учебой и овладением профессиональными навыками и компетенциями, что связано с некоторой долей «аскезы», а с особым периодом в жизни человека, наполненным прежде всего интенсивной эмоциональной составляющей и гедонистическим образом жизни. В этой сфере индивид чувствует себя свободным и независимым от мнения других. Максимальная интенсивность переживания настоящего – «здесь и сейчас» – явно противоречит классической модели «отложенной рациональности» М. Вебера, когда настоящее рассматривается в качестве основы для реализации будущих целей [Вебер 2011].

Кризис модели «отложенной рациональности» в современном российском обществе фиксируется и в экономической сфере, когда широкие массы населения набирают огромное количество кредитов без всякой возможности их вовремя вернуть.

Большинство студентов учатся без особого напряжения сил, поскольку далеко не все уверены, что лучшая учеба гарантирует в будущем успешную карьеру. Отметим, что в своей досуговой деятельности студенчество предпочитает в большинстве своем не творческую, а потребительскую модель поведения. Однако было бы неправильным представить учащуюся молодежь как банальную жертву классической массовой культуры. Активная жизнь индивида, «потребляющего» развлечения, постепенно перемещается в область его внутренних уникальных переживаний и впечатлений. Нарастающая популярность Инстаграма, представленность в ВКонтакте, Facebook и других социальных сетях свидетельствует о массовом желании зафиксировать свои собственные впечатления о тех или иных событиях, представить субъективные образы своего «я» и мира. Эта перемена ориентаций с внешнего на внутреннее, утилитарного на эмоциональное определено в концепции «общества переживания» немецкого социолога Г. Шульце [Shulze 1992: 37]. Потребительские практики современного человека все больше соответствуют представлениям индивида о самом себе. Это относится как к сфере отдыха, так и к выбору в пользу продолжения образовательного процесса в высшей школе. Вспомним, что основным мотивом поступления в вуз является

«удовлетворение собственных интересов, развитие способностей», а подавляющее число респондентов (52% в 2011 г.) при ответе на вопрос: «Каковы мотивы Вашего выбора данного вуза, специальности?» – выбрали вариант ответа «это мой собственный, самостоятельный и целенаправленный выбор, связанный с самореализацией». В 2016 г. этой позиции придерживаются уже 63,4% респондентов.

Концепции «общества переживаний» и «экономики впечатлений» фиксируют сложнейшие культурные изменения, которые произошли в современном обществе. Смена потребительской ориентации с внешнего, сугубо утилитарного на эмоциональное, внутреннее позволяет говорить о кардинальном изменении культурных, социальных и экономических аспектов современного общества. Теории «общества переживаний» и «экономики впечатлений», как нам представляется, следует отнести к ряду самых авторитетных концепций постиндустриального общества, таких, как «общество знаний», «общество услуг» и «теория креативного класса»¹.

«Проживи свою и, насколько возможно, независимую жизнь» – таково кредо молодого поколения, которое, однако, касается прежде всего сферы не производственной, а потребительской. Ведь число выпускников российских вузов, желающих открыть свое собственное дело, уменьшается.

С этой точки зрения можно объяснить поведение некоторых молодых людей, принявших участие в мартовских протестных акциях. Для учащейся молодежи, как мы уже отмечали выше, главным поставщиком политической и общественно значимой информации является Интернет. Так вот, медийное виртуальное пространство было заполнено, прежде всего, сообщениями эмоционального характера: какой необыкновенный подъем испытывают участники подобных акций, какие незаурядные люди туда приходят, какие необычно сильные и интенсивные эмоции ощущаются в ходе общения с ними, какой интерес описание этих событий с твоим личным участием вызовет у подписчиков в твоём блоге и т.д. Эмоциональное начало, в соответствии с постулатами теории «общества переживаний», здесь явно превалировало над рациональной политической логикой. Подобного рода массовые настроения, возникающие в процессе психического заражения, описывались ещё Н.К. Михайловским, Г. Лебоном, Г. Тардом в их работах, посвящённых психологии толпы, являющейся своеобразным механизмом, многократно усиливающим глубину и степень тех или иных переживаний [Михайловский 1998; Лебон 2011; Тард 1999]. В результате для многих молодых людей эмоциональное восприятие, «правляющее бал» в «обществе переживаний», оказывается убедительнее, чем рационализированные долгосрочные политические программы тех или иных партий. Погоня за яркостью, интенсивностью, необычностью впечатлений, складывающихся «здесь и сейчас», техника создания которых апробирована в многочисленных и весьма популярных флэшмобах, при умелой организации может вовлечь молодых людей в акции самой разной политической ориентации.

Таким образом, досуговая деятельность для студенчества, как и для молодежи в целом, является важнейшей сферой жизнедеятельности, поскольку именно в ней в наиболее полной мере реализуются такие ценности, как стремление к свободе выбора, выстраивание индивидуальной траектории поведения, относительная независимость от институционального давления на индивида. Выбор времени, места и форм проведения досуга в трансформирующемся обществе, где возникает существенная «разногласица» в действиях основных агентов

¹ Шульце Г. Производят впечатления: интервью журналу Esquire. 2001. Доступ: <http://esquire.ru/events> (проверено 29.04.2017); Сувалко А.С. *Эмоциональный капитализм: коммерциализация чувств*. М.: ИД ВШЭ. 2013. 48 с.

социализации, оказывается зоной преимущественно субъективных действий, хотя и связанных с социальной, демографической, национальной и гендерной спецификой. Именно здесь осуществляются процессы компенсации, социализации, самореализации и т.д., в недостаточной мере реализуемые во внесуговой сфере. Недаром А. Шопенгауэр говорил о досуге как о «венце человеческого бытия», делающем индивида полным обладателем своего «я» [Шопенгауэр 2015]. Поэтому не удивительно, что, согласно данным социологических опросов, именно среди молодых людей до 21 года отмечена наибольшая доля тех, кто обладает повышенной активностью (65%) в поисках новых и разнообразных форм досуговой деятельности. За последние 10 лет наблюдается масштабный рост досуговой активности молодежи в целом и особенно студенчества, заметно отличающейся от досуга поколения «отцов».

Значительная часть студенческой молодежи выбирает гедонистическую модель поведения, где стремление к свободе и индивидуальному выбору локализуется в досуговой сфере. Если в учебной деятельности для студентов вузов действует логика «отложенной рациональности», то в досуговой сфере превалирует потребительская установка, которая, однако, в значительной степени отличается от поведения человека общества массового потребления. Центрирующим элементом в досуговых практиках становятся не престижные и массовые «модные» формы потребления, а личные, индивидуальные эмоциональные переживания, которые могут многократно усиливаться от непосредственного участия молодого человека в каком-либо действии (недаром студенты ходят в кино, посещают кафе, выставки, гуляют, участвуют в волонтерских акциях и флэшмобах в составе небольших компаний своих друзей, как правило, тоже студентов). «Проживи свою жизнь...» — этот лозунг молодого поколения студенты реализуют прежде всего в досуговой сфере.

Список литературы

- Вебер М. 2011. *Избранные произведения*. М.: Прогресс. 805 с.
- Лебон Г. 2011. *Психология народов и масс*. М.: Академический проект. 238 с.
- Михайловский Н.К. 1998. *Герои и толпа: Избранные труды по социологии*. В 2 т. (отв. ред. В.В. Козловский). СПб: Алетейя. Т. 2. 405 с.
- Тард Г. 1999. Мнение и толпа. — *Психология толп*. М.: Институт психологии РАН; Издательство КСП+. С. 257-365.
- Шопенгауэр А. 2015. *Афоризмы житейской мудрости*. М.: ЭКСМО. 640 с.
- Schulze G. 1992. *Erlebnisgesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt; N.Y.: Campus Verlag. 612 s.

FILONENKO Victor Ivanovich, *Dr.Sci. (Soc.)*, Professor of the Institute of Philosophy and Social-political Sciences, Director of the Center for Social and Political Studies, Southern Federal University (bld. 3, 116 Dneprovskiy Lane, Rostov-on-Don, Russia, 344065; vfilonenko@sfedu.ru)

SHTOMPEL' Lyudmila Aleksandrovna, *Dr.Sci. (Philos.)*, Professor; Head of the Chair of Theory of Culture, Ethics and Aesthetics, Institute of Philosophy and Socio-political Sciences, Southern Federal University (105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, Russia, 344006; lastompel@gmail.com)

SHTOMPEL' Oleg Mikhailovich, *Dr.Sci. (Philos.)*, Professor of the Chair of Theory of Culture, Ethics and Aesthetics, Institute of Philosophy and Socio-political Sciences, Southern Federal University (105/42 Bolshaya Sadovaya St, Rostov-on-Don, Russia, 344006; shtompel@donpac.ru)

CULTURAL-LEISURE PREFERENCES OF RUSSIAN STUDENTS IN THE PERIOD OF SOCIAL TRANSFORMATIONS

Abstract. *The article considers leisure preferences of Russian students on the base of monitoring interregional sociological study «Contradictions and paradoxes of socialization of student youth in conditions of transitivity of modern Russian society», which was conducted in 2016 by the Center for Social and Political Studies of the SFU. Today's Russian youth leisure is one of the main values in the cultural picture of the world, which determines the nature, direction and meaning of its life activity. Structural and functional shifts occurring in the leisure sphere of a transforming Russian society indicate a serious restructuring of the system of values orientations of students. A significant part of students see at leisure the possibility of implementing a model of behavior based on an individual free choice. Processes of compensation, socialization, self-realization, etc. are carried out here. Most young people prefer a hedonistic way of life, where hard study has an important but not the main meaning for the individual. The value of individual practices according to the concept of experience society is becoming increasingly important in the leisure sphere of modern Russian students.*

Keywords: *students, leisure, socialization, value orientations, experience society*
