

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Социология»

(наименование)

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки, специальности)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему «Культурная цифровая среда современного семейного досуга в
массовом обществе»

Студент

А.В. Симонян

(И. О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

Д-р социол. наук, доцент Т.Н. Иванова

(ученая степень, звание, И. О. Фамилия)

Тольятти 2020

Аннотация

Объектом бакалаврской работы выступает цифровая среда как форма семейного досуга. Предмет бакалаврской работы – культурная цифровая среда современного семейного досуга в массовом обществе.

Целью бакалаврской работы является выявление роли культурной цифровой среды как формы семейного досуга в массовом обществе

Первая глава посвящена теоретико-методологической базе изучения проблемы культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе. В первом параграфе первой главы рассматриваются теоретические подходы к анализу массового общества с позиции таких ученых как Э. Канетти, К. Ясперс, Э. Шилз, Г. Блумер. Также были изучены работы следующих теоретиков: М. К. Найдорф, М. Кастельс, Л. В. Карцева.

Во втором параграфе первой главы изучается культурная цифровая среда современного семейного досуга с позиции таких социологов как Д. Рисмен и Р. Ольденбург. Проводится вторичный анализ исследования И. А. Бутенко о качестве свободного времени у богатых и бедных в России в 1990-е годы.

Вторая глава освещает практическую часть выпускной квалификационной работы. В первом параграфе второй главы представляются результаты эмпирического исследования «Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга» с целью выявления отношения населения г.о. Тольятти к семейному досугу в условиях цифровизации.

Во втором параграфе второй главы по результатам фокусированного, индивидуального интервью описываются мнения родителей об организации культурного цифрового семейного досуга.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Методологические основы изучения культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе.....	15
1.1 Теоретические аспекты к анализу массового общества	15
1.2 Культурная цифровая среда современного семейного досуга.....	23
Глава 2 Эмпирический опыт исследования культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе.....	35
2.1 Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга.....	35
2.2 Социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга.....	45
Заключение.....	63
Список используемой литературы и используемых источников.....	69
Приложение А Национальный проект «Культура» (инфографика).....	76
Приложение Б Программа эмпирического исследования.....	77
Приложение В Техническое задание на проведение фокусированного, индивидуального интервью.....	87
Приложение Г Инструментарий для анкетирования.....	90
Приложение Д Инструментарий для фокусированного индивидуального интервью.....	98
Приложение Е Иллюстрации к фокусированному, индивидуальному интервью.....	100
Приложение Ж Таблицы распределения.....	103
Приложение И Диаграммы.....	117
Приложение К Инфографика.....	121

Введение

Актуальность темы бакалаврской работы. 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. На рисунке А.1 представлены следующие данные: из бюджета Национального проекта (113,5 млрд. р.) на федеральный проект «Культурная среда» выделено 84,0%, на проект «Творческие люди» выделено 22,6% и на «Цифровую культуру» 6,8% [34, с. 29].

На рисунке А.2 мы видим, что 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 [34, 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 внестационарных 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 [35].

Как мы знаем, проводником государственной культурной политики являются учреждения культурной досуговой среды. Сравнивая масштаб и смысл развлекательных культурных организаций и просветительных культурных учреждений, стоит отметить, что первые наиболее востребованы среди жителей России [43].

В эпоху цифровизации сфера культуры также будет подвергаться изменениям, как и экономика, образование, городская среда, экология, наука. Основными форматами цифровой культуры станут разнообразные цифровые устройства. К примеру, Интернет, платформа виртуальной реальности, искусственно созданный интеллект, технологичное искусство. Также произойдет цифровизация, уже привычных всем средств коммуникации: цифровое телевидение, книги, видео, аудио, посещение культурных учреждений также станет возможным, не выходя из дома [12].

Изменения также претерпевает институт семьи. По результатам исследования, проведенного О. Е. Савенко, было выявлено следующее: Интернет не станет вредить семейным ценностям, а наоборот улучшит качество жизни многих семей [47].

Рассмотрим цифровую среду семейного досуга в контексте массового общества. Обратимся к истокам исследования массового общества. Стоит отметить, что, начиная с 40-х годов XX века исследования масс помимо того, что становятся более значимыми, они обретают новый аспект. Общество массового потребления благодаря стандартизации поведения, мышления и даже стандартизации продуктов питания – зародило «массовое общество», «массовую культуру», «массовую моду», «массовый досуг». Вследствие чего, произошло уравнивание жизни многих людей, независимо от уровня образования, стиля и уровня жизни [41].

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. Все это ведет к тому, что человек подвержен различным психическим заболеваниям, весьма неустойчив.

Актуальность выбранной нами темы состоит в том, массовое общество влияет на все стороны жизни. Массовизация связана с индустриализацией и массовой миграцией жителей деревень в город. Вследствие данного процесса происходит, отрыв большинства людей от устоев, традиций, которых они

придерживались, живя в деревнях. Происходит уравнивание людей, подобно машинам на производстве. 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 [3].

Французский социолог Ж. Р. Дюмазедье в своем научном труде «Sociology of Leisure» пишет, что «цивилизация досуга» уже настала. По его мнению, основными феноменами цивилизации досуга являются: отдых, развлечение и саморазвитие человека. В качестве аргумента он приводит следующее: в современном мире досуг находится наравне с рабочим временем. Исходя из эмпирических данных исследования, Ж. Р. Дюмазедье пишет, что большинство людей готово меньше получать заработную плату, но больше уделять время досугу. Существует целая независимая досуговая инфраструктура со своими устоями, ценностями и изменениями в образе жизни людей [44].

Одним из наиболее существенных проявлений массового общества стало изменение самой городской среды: на рубеже XX–XXI вв. В крупнейших городах Российской Федерации зарождаются новые формы общественного пространства зарубежного образца, также появляются разнообразные ТЦ, ТРК и моллы. Последнее напрямую связано с появлением новых досуговых форм российских семей. До 1991 г. у среднестатистической городской семьи в СССР было пару вариантов проведения семейного досуга [9].

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

Актуальность проблемы семейного досуга обусловлена 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 [17].

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. 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 [6].

В связи с нововведениями в культурной среде, несомненно, изменились и варианты организации семейного досуга. У родителей и детей появилась возможность самим выбрать фильм или мультфильм для просмотра или устроить вечерние посиделки, играя всей семьей в видеоигры. Стоит отметить, что наряду с изменениями, «стихийные» формы досуга (хождение в гости, походы выходного дня, семейные прогулки) остались все также востребованными [18].

По мнению М. Кастельса, сетевое общество представляет социум, в котором социальные связи основаны на сетях и регулярно возобновляются новейшими современными технологиями. Благодаря распространению Интернета и других сетевых технологий, мы познаем такие явления как «социальная реальность», «виртуальная реальность» [46].

В современных реалиях мы замечаем возникновение сетевой культуры. Данная новация затрагивает непосредственно все жизненные аспекты: от потребления товаров и услуг, и до организации досуга. Благодаря технологическому прогрессу, появляется возможность уйти от устаревших традиционных способов коммуникации и становится проще управлять ресурсами [10].

Также трансформируется институт семьи. Нельзя сказать, что «семья» потеряла прежнюю ценность. Для большинства ценность семьи до сих пор имеет большое значение, не смотря на кардинальные изменения. В условиях «сетевых технологий» у большинства семей появляется возможность организовывать свой досуг, не выходя из дома. Достаточно воспользоваться современными цифровыми ресурсами [57].

В связи с цифровизацией в сфере культуры, а именно появлением государственного каталога музейного фонда, автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах, национальной электронной библиотеки, онлайн-трансляций из учреждений культуры, виртуальных музеев, мультимедиа-гид с технологией дополненной реальности (Artefact), предлагаем рассмотреть культурную цифровую среду современного семейного досуга в массовом обществе [56]. Составляющие культурной цифровой среды представлены на рисунке К.1.

Степень научной разработанности темы. 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. Понукалиной, «К вопросу о коммуникативной стратегии современного массового общества» О. В. Краснояровой, «Традиции и инновации в организации досуга молодых семей в учреждениях культуры» Г. А. Баландиной 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) [3]. Немаловажный вклад в

досуговой сфере 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.

Целью бакалаврской работы является выявление роли культурной цифровой среды как формы семейного досуга в массовом обществе.

Объект бакалаврской работы – цифровая среда как форма семейного досуга.

Предмет бакалаврской работы – культурная цифровая среда современного семейного досуга в массовом обществе.

Задачи бакалаврской работы:

1. Раскрыть теоретические аспекты массового общества.
2. Проанализировать культурную цифровую среду современного семейного досуга.
3. Выявить значимость культурной цифровой среды в семейном досуге массового общества.

4. Проанализировать мнения родителей об организации культурного цифрового семейного досуга.

Теоретико-методологическая база бакалаврской работы.

В данном исследовании используется следующий ряд подходов к изучению проблемы «массового общества»:

1) **Структурно-функциональный подход** – рассмотрение становления массового общества как закономерного результата экономических, политических и культурных изменений (С. Липсет, Э. Шилз, Г. Блумер).

2) **Феноменологический подход** – изучение мифов и феноменов «массовое общество», «масса» (Э. Канетти).

3) **Экзистенциалистский подход** – изучение подлинного существования человека в массовом обществе, и как следствие – проявление индивидуальности (К. Ясперс и Х. Арендт).

4) **Сетевой подход** – определение роли информационных сетей в развитии современного досуга; выявление взаимосвязи современных информационно-коммуникационных технологий и изменения общественных отношений, возможности для развития общества посредством сетевых технологий (М. Кастельс, Г. Зиммель).

5) **Институциональный подход** – изучение института семьи как ценности в цифровую эпоху (О. Е. Савенко, С. С. Птицина, Л.В. Карцева).

Широкое распространение, как в международной, так и российской практике получила идея формирования «массового общества». «Массовое общество» преимущественно относят к индустриальному этапу развития общества.

Толковать понятие «массовое общество» начали еще до второй половины XX века. Еще немецкий философ Фридрих Ницше поднимает многие проблемы, связанные с этой темой. Однако массовое общество, как предмет исследования, начали изучать в 50-е годы. Основной причиной тому

явилось то, что с появлением массового общества, возникло массовое потребление.

Основу концепции «массового общества» составили исследования социальных мыслителей и социологов Ф. Ницше, К. Ясперса, Г. Тарда, Г. Лебона, Н. К. Михайловского, Г. Маркузе. Концепция «массового общества» получила развитие в работах Д. Белла, С. Московичи, Ж. Бодрийяра, Э. Шилза, Г. Чернова, Д. Ортеги-и-Гассета, Г. Блумера, Б. А. Грушина и А. А. Зиновьева [59].

О массовой культуре впервые заговорили такие ученые, как: Н. Я. Данилевский, О. Шпенглер, И. Хейзинга, П. А. Сорокин.

В области методологического исследования досуговой среды были рассмотрены работы Б. Г. Мосалева, И. А. Бутенко и Л. И. Михайловой.

Теоретические подходы к изучению массового общества зарубежных социологов:

Теория массового общества Х. Ортеги-и-Гассета (Массовое общество как новое социальное состояние).

Теория массового общества Э. Шилза (Массовое общество – это гражданское, индустриальное, развитое, интегрированное, эгалитарное общество).

Теория массового общества Г. Блумера (Массовое общество не представляет собой систему – оно состоит из множества подвижно связанных частей, каждая из которых развивается самостоятельно).

Теория сетевого общества М. Кастельса (Сетевые структуры как основа развития общества).

Методы исследования. Анкетирование по теме: «Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга», в рамках бакалаврской работы предполагается проведение аналитического исследования на базе сравнения двух групп респондентов.

Интервьюирование по теме: «Анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга».

Эмпирическая база бакалаврской работы. Анкетный опрос N = 200 человек (50% – респонденты мужского пола, 50% – респонденты женского пола). Также при сборе информации используется метод: фокусированное, индивидуальное интервью N=8, подготовка аналитических материалов.

Апробация бакалаврской работы:

1. Симонян А.В. Организация семейного досуга в современных семьях [Текст] // «Молодежь. Наука. Общество»: Всероссийская студенческая научно-практическая междисциплинарная конференция (Тольятти, 5 декабря 2018 года): электронный сборник студенческих работ / отв. за вып. С.Х. Петерайтис. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2018. – 1 оптический диск.

2. Симонян А.В. Организация семейного досуга в современных семьях [Текст] //Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе [Электронный ресурс]: материалы V междунар. Науч.-практ. Конф. (5–6 декабря 2018 г.) / Перм. Гос. Нац. Исслед. Ун-т. – Электрон.дан. – Пермь, 2018. – 12 Мб. – URL: <https://elis.psu.ru/node/555728>. – С. 309–312.

3. Симонян А.В. К вопросу об организации семейного досуга в современных семьях [Текст] // Формы и методы социальной работы в различных сферах жизнедеятельности: материалы VII Международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию кафедры «Социальные технологии» Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (6–7 декабря 2018 г.) / отв. ред. Ю.Ю. Шурыгина.– Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2018. – С. 275–276.

4. Крикунова Ю. А., Симонян А. В. Театр для подрастающего поколения: социокультурные предпочтения тольяттинской публики // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 10 (октябрь). – 0,4 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2018/183061.htm>.

5. Симонян А.В. Организация свободного времени в современных семьях (на примере Московского региона) // Материалы Всероссийской студенческой научной конференции XI социологических чтений памяти В.Б. Голофаства «Семья в современном мире» 28–31 марта 2019 г. / Социологический институт РАН – филиал ФНИСЦ РАН. – СПб.: «Реноме», 2019. – С. 323–325.

6. Симонян А.В. Оценка представителями различных социальных групп социально-культурных функций семьи: социологический опыт [Текст] // «Студенческие дни науки в ТГУ»: научно-практическая конференция (Тольятти. 1–30 апреля 2019 года): сборник студенческих работ / отв. С.Х. Петерайтис. – Тольятти: Изд-во ТГУ. 2019. – I оптический диск. – С. 462–464.

7. Симонян А.В. Социологический анализ функций социального института, на примере института семьи [Текст] // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук: Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции / под ред. Канд. Пед. Наук, доц. А.В. Немчининова. – М.: Изд-во «Перо»; Вольск: Тип. ВВИМО, 2019. – Ч.5. Актуальные проблемы философии и социально-политических наук. – С. 88–90.

8. Симонян А.В. Семейный досуг в условиях цифровизации культурной среды [Текст] // «Студенческие дни науки в ТГУ»: научно-практическая конференция (Тольятти. 2020 год): сборник студенческих работ / отв. С.Х. Петерайтис. – Тольятти: Изд-во ТГУ. 2020. (в печати).

Структуру бакалаврской работы составляет введение, две главы, четыре параграфа, заключение и список используемой литературы и источников, приложение.

Глава 1 Методологические основы изучения культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе

1.1 Теоретические аспекты к анализу массового общества

Социологические теории массового общества формируются в XX в. и их основной задачей является та подлинная социально-историческая практика, которой не было в предыдущие века. В основе массового общества лежит стандартизация, массовое производство, потребление и культура. Шаблоны появляются в моде, в правилах поведения, в общении и даже в жестах.

Проблему массового общества изучают и анализируют в социологических, в философских и даже в политических исследованиях.

Ярким представителем феноменологии в анализе массового общества является австрийский мыслитель и публицист Элиас Канетти. В своей книге «Масса и власть» исследователь, ссылаясь на прошлое, ищет механизмы возникновения уникама массы. Метод Э. Канетти хорош тем, что его описательная феноменология избегает общепризнанных правил, клише, которые не понятны и не могут быть приняты самим автором [40].

Для Элиаса Канетти важно использовать его личную практику, опыт в процессе анализа ситуаций. Оценку и анализ «явления» массы он описывает, основываясь на эмоциях, чувствах и настроении. Благодаря небольшому объему социологической и философской теории в работах Э. Канетти, читателю становится легче и интереснее воспринимать научную информацию.

Изучая данный феномен, ученый выделяет следующие термины: «открытая и закрытая масса», «замершая масса», «масса бегства», «масса запрета», «разрядка», «распад массы» и многие другие.

Далее поговорим об источниках для изучения информации, которыми пользуется Э. Канетти в своих работах. В первую очередь, это автобиографические наблюдения уникама массы. Во-вторых, мифы

различных людей, в которых он ищет естественнонаучные универсалии и в которых закреплены свидетельства поведения людей в предписанном формате для той или иной культуры. В-третьих, исторические записки. В-четвертых, письменные свидетельства душевнобольных [14].

Эти особенности методологического подхода, а также акцент на воспоминания о личном опыте и дает возможность назвать этот метод феноменологическим.

Мы видим, что феноменологическая концепция Э. Канетти анализирует абстрактные массы и модели власти. Масса возникает при любых экономических и политических видах управления и определяется инстинктами, моделями поведения.

Перейдем к изучению экзистенциалистского подхода проблемы массового общества. В этом аспекте стоит упомянуть идеи немецкого философа К. Ясперса.

В данном подходе основным минусом является пренебрежение индивидуальностью индивида. Это можно отразить в следующих положениях.

1. Наука и техника идет в ногу со временем и пространством. Человек касается всех сфер жизни, он может обсуждать, а иногда и осуждать, абсолютно незнакомых ему людей. В условиях массового общества это абсолютно нормально и в этом нет ничего далекого, тайного, удивительного.

2. Индивида ценят за его трудоспособность. Основным требованием к человеку становится: рациональное поведение и объективное мышление.

3. В быту для человека становится важно – не отличаться от других, соответствовать правилам и не выходить за рамки стандартов.

4. Для человека нет понятия «я». Он думает от лица «мы». В условиях коллективного мышления человек воспринимает любую информацию.

5. Разложенное на функции существование «теряет свою историческую особенность» [60].

6. Сплоченность и любовь к общему делу приводит к проявлению гуманного поведения в мире.

Вышеописанные особенности современного человека рациональны для дальнейшего целесообразного существования массового общества.

Под последним К. Ясперс понимает феномен, который характеризует демократические страны с высочайшим уровнем техники и науки. Ученый убежден, что жизнь в массе есть реальность, способствующая процветанию больших масс. Основным недостатком в массе может стать потеря индивидуальности человека.

Яркими представителями структурно-функционального подхода к анализу массового общества стали Э. Шилз и Г. Блумер [2].

Так, Э. Шилз подчеркивал интеграцию уже далеко не «атомизированных», а адаптированных «народных масс» в систему социальных институтов «массового общества». Он полагал, что посредством массовых коммуникаций они усваивают нормы и ценности, создаваемые элитой, и общество движется по пути преодоления социальных антагонизмов.

Ученый 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 массового общества.

В первую очередь, индустриализация отразилась на уровне жизни населения. Так, развитие транспортно-логистической системы привело к массовой мобильности населения и объединению обособленных территорий.

Усовершенствование сферы производственной технологии облегчило во многом человеческий труд. Уменьшилась физическая нагрузка рабочих, основной труд стал заметно сокращаться, и в связи с этим у человека стало появляться больше нерабочего времени, которое он мог использовать как в формате развлечения, так и в формате просвещения (саморазвития). Помимо

этого, появилось больше свободного времени на семью, на семейный досуг [4].

Итак, основными аспектами массового общества, по мнению Э. Шилза, стали следующие.

Изменение политической структуры, потеря священного характера власти, возникновение гражданственности, в основе которой лежит массовое политическое участие. Также традиция потеряла свою ценность. Основопологающим фактором образа жизни стала свобода выбора и разнообразные формы поведения [38].

Появилось уважение к чужому мнению, повышенный интерес к толерантности и гуманности. Человеческие права стали расширяться по сравнению с традиционными группами.

В своих работах Э. Шилз пишет: «Для этого общества характерны индивидуализм, готовность к приобретению опыта, расцвет чувств и чувствительности, уважение к деятельности другой личности» [4]. Оно развило в индивиде способность познавать явления, понимать их значение и давать им моральные оценки. Большинство населения научилось ценить удовольствия, в том числе получаемые с помощью контактов друг с другом. Во многих сферах жизни люди стали гораздо свободнее в выборе, и этот выбор уже не обязательно подсказан традициями, авторитетом. Гораздо больше начинает цениться опыт личных взаимоотношений. Все это не означает, однако, что индивидуальность в том виде, какой она приобрела в массовом обществе, существует повсюду. И в массовом обществе есть часть населения, живущая почти в растительном оцепенении, тупо или агрессивно реагирующая на окружающее; тем не менее, тяга к индивидуализму стала особенно заметной» [52].

Таким образом, для массового общества характерны глубокая дифференциация культуры, многообразие ценностных, идейных и нормативных стандартов, что представляет собой определенную проблему.

Ученый отмечает, что в массовом обществе устанавливается некое институционализированное «несогласие» как фундаментальная характеристика общественного бытия. Это несогласие выражается, в частности, в разделении культуры массового общества на несколько уровней, различающихся по качеству культурных содержаний. «Несогласие», вызванное социальной и культурной дифференциацией, индивидуализацией стилей жизни, не может быть абсолютным, иначе общество не сможет функционировать. Необходим хотя бы минимальный консенсус по поводу базовых ценностей. В формировании такого базового консенсуса огромную роль играют институты массового образования и массовой коммуникации, транслирующие общие культурные стандарты [1].

Говоря о теориях массового общества, нельзя не упомянуть концепцию, предложенную американским социологом Гербертом Блумером. На первый взгляд, может показаться, что концепция ученого схожа с трудом Э. Шилза, так как массовое общество представляется ученым как систематическая разработка. Однако отличие концепции Г. Блумера в том, что методологической основой его работы послужили интеракционистские основы.

Главную роль в своем труде ученый выделяет человеку. Он анализирует человеческие взаимоотношения, изучает поведение людей, существующих в массовом обществе.

Интересно отметить, 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 [54].

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.

Под массовостью он понимает большую численность населения и многочисленные общественные связи. В многочисленных городах массовость становится заметной в огромном количестве социальных институтов, в разнообразии способов и форм человеческой жизнедеятельности. Также наблюдается: массовая продажа, массовое развитие, массовое правосудие, массовый криминал.

Гетерогенность. Первым свидетельством гетерогенности массового общества является громадное количество существующих в нем профессий, региональных объединений, возникающих в институциональных сферах формальных образований и еще большее число имеющихся внутри него неформальных объединений. Многообразие – свойство массового общества, но многообразие, подчеркивает Г. Блумер, только частично является следствием разделения труда, понимаемого обычно как процесс растущей связи отдельных дифференцирующихся элементов в увеличивающейся по своим размерам и усложняющейся по своей структуре целостности.

Массы не сравнивают с социальными низами или с толпой. Масса не является компактным целым, между ее членами нет ни взаимодействия, ни взаимного стимулирования, ни коллективного возбуждения. Масса состоит из всех тех, кто является участником массовой деятельности в определенной области. Так как мир, в котором действует масса, характеризуется множеством конкурирующих друг с другом моделей – постоянно изменяющихся продуктов, схем, предложений – то очевидна зависимость институтов, производящих эти продукты, от массовой клиентуры.

Непрерывно меняющийся облик массового общества обусловлен тем, что сегменты или секторы этого общества практически независимы друг от друга в своем развитии. Кроме того, для массового общества характерна постоянная и напряженная конкуренция между его основными институтами, столкновение различных групп интересов, конфликт ценностей и целей. И, наконец, для массового общества характерно стремление «идти в ногу со

временем», постоянная тяга к «современности», страх оказаться в числе тех, «кто плетется в хвосте», страх отстать.

Указанные три главные свойства массового общества являются своеобразными рамками, которые определяют характер складывающегося внутри них социального устройства. Анализ этого устройства и составляет одну из задач социологии. Решение такой задачи осуществляется Г. Блумером в том числе и через развернутую критику установившихся воззрений на природу массового общества. Эти воззрения так или иначе проистекают из рассмотрения массового общества через призму процессов дезинтеграции и дезорганизации. В основе такого подхода лежит историческое сопоставление домассовых и массовых обществ, причем социальный порядок домассовых обществ рассматривается в качестве социальной и культурной нормы [25].

С точки зрения М. Найдорфа, массовое общество нельзя рассматривать как общество, находящееся в стадии аномии или упадка, дезорганизации, дисфункции, распада. Массовое общество – это определенный тип социальной организации. Иначе о нем вообще нельзя было бы говорить, как об обществе [33].

Кроме того, концептуальный аппарат, разработанный на материале простых и небольших обществ, неадекватен для анализа массового общества. Представления об этих обществах и основные понятия, связанные с ними, сводятся к следующим: общество рассматривается как система, создаваемая в процессе взаимодействия ее частей; общество обладает культурой, содержащей основные образцы поведения, структурированные в соответствии с ценностями и нормами; общество обладает социальной структурой в виде иерархии статусов; функционирование в обществе осуществляется посредством взаимодействия, организованного при помощи устойчивых социальных ролей; интеграция индивидов в общество осуществляется посредством процесса социализации; в обществе существует система социального контроля, который препятствует появлению отклоне-

ний и склоняет членов общества к конформизму. Совершенно очевидно, что эта система понятий является результатом анализа и наблюдения за упорядоченным, сбалансированным и стабильным социальным устройством, каковым массовое общество не является. Таков итог критики Г. Блумером устоявшихся социологических представлений о массовом обществе [22].

Массовое общество, как подчеркивает Г. Блумер, не представляет собой систему – оно состоит из множества подвижно связанных частей, каждая из которых развивается самостоятельно. Движение в разных частях массового общества идет неравномерно, то быстрее, то медленнее, степень влияния различных частей друг на друга также различна [23].

В массовом обществе нет стабильной структуры социальных статусов. Статусы формируются на основе самых различных, не связанных друг с другом критериев. То же следует сказать и о социально-ролевом наборе в массовом обществе – роли в нем подвергаются постоянному изменению по мере того, как люди приспосабливаются друг к другу. Процесс социализации практически заменяется адаптацией к различным социальным мирам, взглядам, интересам, мировоззрениям. Применение понятия социализации к массовому обществу вообще вызывает сомнения. В силу характера функционирования норм и ценностей в массовом обществе, степени их устойчивости и общезначимости столь же неопределенными становятся понятия «отклонения» и «конформизм» [8].

Таким образом, изучив теоретические аспекты к анализу массового общества, мы выяснили, что массовое общество – это постоянно изменяющееся общество, изменение естественно и закономерно для его социального порядка. В этом специфика массового общества и этим оно отличается от всех других типов обществ.

Культура массового общества – это не совокупность образцов обычного, повторяющегося и взаимосвязанного поведения, усвоенных в процессе социализации и являющихся выражением общих представлений о правилах, предписаниях, стандартах. Многообразие массового общества

ведет к возникновению различных систем ценностей и норм, которые могут и не быть взаимосвязанными, стабильными и даже непротиворечивыми. Однако результатом этого является не хаос, а их приспособление друг к другу, компромисс [30].

1.2 Культурная цифровая среда современного семейного досуга

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.

На рисунке К.5 мы видим, что 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 знаменитостей, 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 [29].

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 [51].

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 [11]. 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 [21].

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 [48].

Российский исследователь Д. С. Барун в своей статье «Потенциал досуговой деятельности в формировании правовой культуры молодой семьи» выделяет концепцию американский социолога Дэвида Рисмена. Социолог, начиная с 50-х годов прошлого века, распространил в социуме концепции «посттрудового общества» и «общества досуга». Современное общество в рамках данных концепций рассматривалось как общество, в котором труд лишается своего прежнего преобладающего 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 [7].

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 [13].

До 1991 г. у среднестатистической городской семьи в СССР было пару вариантов проведения семейного досуга [9].

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 абонеентам, 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 абонеентам, 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 условиями 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 [17].

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. 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. Ольденбурга. Первое место – дом, второе место – работа. Первые два места были основными – для основного времяпрепровождения человека [37].

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 [42].

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 постепенно 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 как хождение в гости, прогулки, походы выходного дня [50].

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 лечущим 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 [20].

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 [45].

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 – потребления 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 молы [31]. 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 [18].

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. 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 удастся не всем, причем родители не меньше детей, порой, погружаются в Интернет пространство. Основная задача – уравнивать права родителей и детей [53].

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 [39].

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 [36]. 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. 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 [64].

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 [36, 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% [36, 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 отдает предпочтение общению в социальных сетях, видео-звонкам, 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 эдьютэймента. 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 [19].

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. Блумера.

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 массового 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 – это постоянно изменяющееся общество, основанное не на естественных связях между людьми (место жительства, общее происхождение), а на более абстрактных и мощных силах, таких как СМИ 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 [14].

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.

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 появляется 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.

Глава 2 Эмпирические исследования культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе

2.1 Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга

С целью выявления отношения населения г.о. Тольятти к семейному досугу в условиях цифровизации, предлагаем рассмотреть культурную цифровую среду современного семейного досуга в массовом обществе, на примере города Тольятти. В качестве метода исследования было выбрано анкетирование. Выборка составила 200 респондентов. Объектом аналитического исследования были люди, состоящие в браке, дифференцированные по полу на две равные группы респондентов. Первая группа включала мужчин, состоящих в браке – 50%, респонденты второй группы – женщины, состоящие в браке – 50%.

В процессе исследования были проанализированы следующие вопросы: каков круг семейного досуга респондента, какая наиболее популярная форма проведения семейного досуга; слышали ли респонденты о цифровизации культурной досуговой среды; в чем, по мнению опрошенных, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации и что, наоборот мешает цифровому досугу, а также к какому формату семейного досуга склонен респондент: в режиме оффлайн или в режиме онлайн. Далее излагаются результаты проведенного исследования по анкетированию.

Данное исследование предполагало выяснение в первом блоке вопросов, уровня обыденного проведения досуга респондента. Узнать основной вид досуга респондента, нам поможет вопрос о наиболее желаемом виде досуга среди множества вариантов. В таблице Ж.1 мы видим, что большинство, а именно 49 % ответивших по массиву, выбрали ответ «Просмотр фильма». Женщины на 39% чаще мужчин предпочитают проводить свободное время за просмотром фильма (60% против 37%). Такая

ситуация возможна от того, что женщины более чувствительные, и им всегда хочется испытывать какие-либо эмоции. Безусловно, за просмотром фильма это сделать проще всего.

Ответ «Чтение газет и книг» выбрали 42% опрошенных. Интересно отметить, что особых различий между мужчинами и женщинами не выявлено – 41% и 43% соответственно. Далее в рейтинге самых популярных видов досуга идет «Просмотр в Интернете развлекательных видео» – 40%, данный ответ наиболее популярен среди мужчин – 59%, нежели среди женщин – 21%. Самообразованием занимаются 38% респондентов. Однако женщины в два раза чаще выбирали данный ответ – 59%, нежели мужчины – 17%. Ответ «Посещение театров, музеев, выставок» выбрали всего 28% респондентов. Приятно заметить, что мужчины чаще женщин выбирали данный вид досуга (38% и 18% соответственно). Такая ситуация возможна в связи с тем, что в нашем городе много музеев, именно с техническим уклоном. К примеру, Комплекс технических экспонатов им. К.Г. Сахарова, «Гольяттинский музей пожарной охраны», «Музей занимательных наук Эйнштейн», «Музей АвтоВаз», «Парковый комплекс истории техники имени К.Г. Сахарова». «Занятие спортом» выбрали 26 % респондентов. Хочется выделить, что женщины (35%) более склонны к спорту, чем мужчины (17%), а именно на 18% чаще выбирали данный ответ. Однако «Посещение интерактивных музеев» среди женщин популярнее, чем среди мужчин (16% и 5% соответственно).

Далее нам удалось выяснить: с кем именно респондент предпочитает проводить свободное время. Так, по таблице Ж.2 мы видим, что, большинство опрошенных, а именно 52% предпочитают проводить досуг с друзьями и с родственниками. Говоря о половой принадлежности в выборе ответа, можем отметить следующее отличие: мужчины практически в два раза чаще женщин выбирали вариант ответа «с друзьями» – 68% против 35%. Таким образом, наша гипотеза: «Большинство мужчин предпочитают чаще всего проводить свободное время в кругу друзей» подтвердилась. Следом

идет ответ «С супругом / супругой» – 83%. Может удивить (в хорошем смысле) тот факт, что мужчины на 11% чаще женщин (47% и 36% соответственно) выбирали данный ответ.

Узнать, где респондент предпочитает проводить свободное время с семьей нам помог следующий вопрос: «Скажите, пожалуйста, где Вы предпочитаете проводить свободное время с семьей». Ответы респондентов можно разделить на три группы: досуг в режиме онлайн, дома и в развлекательных местах. Нам важно было понять, почему респондент выбрал данное место отдыха, с этой целью в вопросе было указано, назвать причину. Итак, вариант ответа «Онлайн» набрал большее количество ответов, поскольку «сегодня в Интернете много познавательного и бесплатного материала», «в Интернете имеется масса предложений для организации досуга», в Интернете, поскольку это удобно для моей семьи», «удобно проводить свободное время в режиме онлайн, потому что появляется возможность самому устанавливать график», «в Интернете безопаснее и меньше рисков, чем на улице, в ТЦ или в ТРК», «проводя досуг онлайн, мы экономим наше время, наши деньги для чего-то более важного», «мы изучаем бесплатные сервисы для полноценного досуга, не выходя из дома», «в режиме онлайн у нас появляется больше новых и разнообразных форм досуга».

Далее идет ответ «Дома», потому что «дома чувствуешь себя свободно», «дома, так как после работы нет желания что-либо делать», «предпочитаю отдохнуть после рабочей недели», «в последнее время я больше всего времени провожу с семьей дома, поскольку из-за вируса мы не можем выйти в развлекательные центры», «дома с семьей, семья это наше будущее и настоящее», «дома в кругу всей семьи за вкусным обедом», «дома уютная обстановка располагает к близкому общению».

Далее идет ответ «В развлекательных местах», а именно: в кафе / ресторане, в кино/театре, в парках, в ТЦ, на рыбалке, в тренажерном зале, в бассейне.

Также в первом блоке вопросов мы узнали, чем именно респондент предпочитает заниматься в свободное время со своей семьей. Результаты представлены в таблице Ж.3. Чаще всего респонденты выбирали ответы «Выходим на прогулку» – 80%, «Вместе готовим ужин» – 54%, «Смотрим онлайн фильмы» – 45%, «Играем в настольные игры» – 32%. Интересно отметить, что женщины чаще мужчин занимаются онлайн шопингом (31% против 11%), чаще выходят гулять (90% против 69%), чаще предпочитают готовить ужин всей семьей (66% против 34%). При этом мужчины чаще женщин предпочитают заниматься спортом на досуге (25% против 14%), играть в настольные игры с семьей (41% против 23%), играть в онлайн игры (41% против 23%). Можно заметить, что женщины используют время досуга (шопинг, готовка) с некой практической пользой чаще мужчин (спорт).

Важно было узнать, что побуждает людей проводить свободное время с членами семьи. По данным в таблице Ж.4 видим, что, в первую очередь, это «Стремление к общению» и «Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи» – 62% респондентов. Безусловно, общение как одна из человеческих потребностей играет важную роль в сближении членов семьи. Половину опрошенных побуждают к совместному досугу «Общие интересы» – 46%. Однако процесс общения наиболее важен среди женщин – 71%, чем среди мужчин – 53%. Для мужчин же немалую роль играют общие интересы между членами семьи (55% против 37%). Также респондентами были названы такие ответы как «Потребности в тепле, принятии», «Любовь и привязанность», «Желание быть рядом с семьей», «Хочется через некоторое время вспоминать с улыбкой моменты, проведенные в кругу семьи».

Второй блок вопросов характеризовал проведение семейного досуга в условиях цифровизации общества. Следующий вопрос позволил узнать нам: слышал ли респондент о цифровизации культурной досуговой среды или нет. Данные представлены в таблице Ж.5 и на диаграмме И.1.

Важно отметить, что большинство опрошенных имеют представление о цифровизации культурной досуговой среды, а именно 75%. Среди

респондентов мужского пола данная информация более актуальна – 82%, нежели среди респондентов женского пола – 67%. На наш взгляд, такая ситуация возможна благодаря тому, что мужчины более восприимчивы к новой информации глобального масштаба и чаще женщин интересуются инженерией, программированием, инновационными технологиями, цифровыми ресурсами и другими техническими процессами. Таким образом, наша гипотеза: «Информация о цифровизации культурной среды более актуальна среди мужчин, нежели среди женщин» подтвердилась.

Также для нас было интересным узнать, пользуются ли респонденты цифровыми ресурсами при организации семейного досуга или нет. Больше половины опрошенных дали положительный ответ – 57%, отрицательный ответ дали 33% и затруднились в ответе – 11%. Мужчины на 7% чаще женщин выбирали ответ «Да» (60% против 53%) и на 5% реже ответ «Нет» нежели женщины (30% против 35%). Результаты исследования представлены в таблице Ж.6.

Понять, что дают семье современные сетевые ресурсы в организации свободного времени, по мнению респондентов, нам помог следующий вопрос.

Опираясь на данные из таблицы Ж.7, можем сделать следующие выводы. Наиболее часто выбираемыми ответами стали «Облегчают досуг семьи», «Способствуют просвещению и развитию семьи», «Вносят разнообразие в семейный досуг», «Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок» около 40% опрошенных. При этом среди мужчин эти же ответы самые популярные, однако, большинство женщин отмечали ответы «Ухудшают состояние здоровья» – 49%, «Отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга» – 32%, «Ограничивают в выборе формы проведения досуга» – 24%. Таким образом, наша гипотеза: «Большинство женщин считают, что сетевые ресурсы в организации семейного досуга отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга» подтвердилась.

В процессе исследования важно было узнать, в чем же, по мнению респондентов, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации? Результаты исследования представлены в таблице Ж.8 и на диаграмме И.2.

Во-первых, в получении новой информации, новых знаний – 60% по массиву, при этом мужчин 71% и 49% женщин, во-вторых, польза выражается в обучении полезным навыкам – 35%, из них 48% мужчин и 21% женщин. На третьем месте ответ «Обмен положительными эмоциями» – 33% (различий по половому признаку не выявлено по 30% соответственно), на четвертом месте «Познание интересов друг друга» – 30% (41% мужчин и 19% женщин) и на пятом месте «Экономия семейного бюджета» – 26% (42% среди респондентов мужского пола и 10% среди респондентов женского пола) и ответ «Сплочение и укрепление семьи» – 26% (36% женщин и 16% мужчин). Таким образом, мы видим, что наша гипотеза: «Большинство женщин считают, что семейный досуг в условиях цифровизации играет важную роль в сплочении и укреплении семьи» подтвердилась, поскольку среди ответов респондентов женского пола данный ответ занимает второе место.

Итак, ранее мы выяснили: в чем выражается польза семейного досуга в условиях цифровизации. Но, что напротив, мешает семейному досугу? Сделаем выводы, опираясь на таблицу Ж.9 и на диаграмму И.3. Самый популярный ответ на вопрос «Что, по Вашему мнению, мешает цифровому семейному досугу» – это «Отсутствие необходимого контента» – 41%. Женщины на 24% чаще мужчин выбирали данный ответ (53% против 29%). «Незаинтересованность» выбрали 37% опрошенных. «Неумение пользоваться Интернетом» выбрали 35%, при этом женщины в два раза чаще мужчин (54% против 15%). Также, по мнению респондентов, им мешает отсутствие дисциплины и контроля над собой, а именно ответ «Лень и неорганизованность» выбрали 28% респондентов. Мужчины на 15% чаще выбирали данный ответ – 36%, нежели женщины – 20%. Интересно заметить,

что ответы не сильно различаются, и это говорит о том, что в каждом человеке живет «лень», другой вопрос – кто находит силы справиться с ней, а кем лень овладевает. Таким образом, наши гипотезы: «Большинству женщин отсутствие нужного контента мешает организации онлайн досуга» и «По мнению большинства мужчин, лень и неорганизованность мешает им организации онлайн досуга» подтвердились.

Третий блок был посвящен вопросам, касающимся формата досуговых предпочтений семьи респондента. В таблице Ж.10 и на диаграмме И.4 отображены результаты.

Следующий вопрос, который мы проанализируем, построен таким образом: респондентам на выбор предлагался один и тот же вид досуга, но в разных форматах (в оффлайн и онлайн форматах). Посмотрим на результаты исследования. Итак, большинство опрошенных выбрали «Прогулки по городу» – 73%, в противовес «Познанию мира и путешествиям в онлайн режиме» – 15%. Интересно отметить, что женщины в два раза чаще мужчин выбрали пешие прогулки (100% против 46%), однако виртуальные прогулки более распространены среди мужчин – 19%, а среди женщин – 11%. Практически в три раза чаще респонденты выбирали ответ «Ходить в гости к друзьям, родным» – 71%, нежели ответ «Общаться в мессенджерах с друзьями и родными с включенной камерой» – 20%. По половому признаку отличий не выявлено. Интересен тот факт, что ответ «Играть в компьютерные игры» на 4% выбирали чаще – 15%, чем «Посещать развлекательные центры» – 11%. Можем заметить, что женщины категорично против компьютерных игр – 5%, однако четверть опрошенных мужчин, наоборот, склоняется к данному виду досуга – 25%. Можем заметить, что мужчины более склонны к цифровому досугу, нежели женщины. Таким образом, наша гипотеза «Мужчины чаще женщин проводят досуг в режиме онлайн» подтвердилась.

В следующем вопросе мы предложили респондентам ответить на вопрос: «Какие из ниже перечисленных сетевых ресурсов могут заменить

респондентам традиционный формат досуга». Сделаем выводы, опираясь на таблицу Ж.11. Наиболее популярны были рекомендации по фильмам, сериалам, книгам, приложениям и сайтам на основе ваших интересов или по определенной тематике (Podborki) – 45% при этом 62% мужчин и 28% женщин, бесплатные курсы от преподавателей лучших вузов мира и на разных языках (Coursera) – 33% при этом 45% мужчин и 20% женщин, сайт по быстрому изучению английского, как для новичков, так и профессионалов (Native-English) – 33% при этом мужчин 38%, а женщин 27% и сервис для любителей высокой кулинарии в домашних условиях (BonAppetit) – 28% при этом женщин – 49%, мужчин 7%.

С помощью таблицы Ж.12 рассмотрим ответы респондентов на вопрос: «Какие чувства у Вас обычно возникают у Вас, когда Вы проводите досуг в кругу семьи?» Радует, что большинство респондентов выбрали ответы: «Удовольствие, счастье» – 78%, «Эмоциональный подъем» – 73%, «Гордость за членов семьи» – 45%. Хотелось бы отметить, что женщины на 46% чаще, чем мужчины испытывают эмоциональный подъем, проводя свободное время с семьей (96% против 50%), однако мужчины на 9% чаще испытывают удовольствие во время семейного досуга (82% против 73%).

Также в процессе исследования нам нужно было узнать, есть у респондентов дети в возрасте до 18 лет или нет. Изучив данные из таблицы Ж.13, мы выяснили, что у большинства респондентов нет детей в возрасте до 18 лет – 76%, соответственно у 24% есть.

Предыдущий вопрос нужен был для того, чтобы узнать, совпадают ли желания респондента в плане проведения семейного досуга с желаниями его несовершеннолетнего ребенка. Результаты исследования из таблицы Ж.14 показали, что практически половина респондентов дали положительные ответы «Да» – 44%, «скорее да, чем нет» – 42%. Интересен тот факт, что лишь среди мужчин отмечаются отрицательные ответы «Нет» – 4%, «Скорее нет, чем да» – 3%, а среди женщин таковых нет. Чем это может быть

вызвано? Возможно, отцы чаще хотят занять детей чем-то полезным, не всегда развлекательным и поэтому их мнения редко совпадают.

В заключительном блоке мы узнали о социально-демографических характеристиках респондента. Итак, респондентов мужского пола было порошено 50%, а респондентов женского пола 50%. В возрасте 22–39 лет – 89%, а в возрасте 40 лет и старше – 11%. Большинство респондентов занимают среднее материальное положение – 60%, выше среднего – 24%, ниже среднего – 9%, отличное – 3%. У 82% респондентов неоконченное высшее, высшее образование, у 14% среднее специальное образование, у 5% среднее образование. Что касается семейного положения, 83% – женаты /замужем, а 13% состоят в отношениях, официально незарегистрированных, и 5% одиноки. Результаты исследования представлены в таблицах Ж.15–Ж.19.

Таким образом, в результате исследования мы достигли поставленной цели и задач работы, в ходе исследования все гипотезы подтвердились. В процессе нашего исследования, основным дифференцирующим фактором был пол. Мы выяснили, что проведение современного семейного досуга в условиях цифровой среды занимает неотъемлемую часть жизни наших респондентов.

Далее представляются результаты эмпирического исследования «Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга». Итак, нами были выявлены следующие особенности семейного досуга в условиях цифровизации культурной среды (на примере населения г.о. Тольятти):

- самый желаемый вид досуга среди множества вариантов – «Просмотр фильма»;

- большинство предпочитают проводить досуг с друзьями и с родственниками;

– большинство опрошенных именно «Стремление к общению» и «Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи» побуждает проводить свободное время с членами семьи;

– большая часть опрошенного населения имеет представление о цифровизации культурной досуговой среды и пользуется цифровыми ресурсами при организации семейного досуга;

– по мнению большинства, современные сетевые ресурсы «Облегчают досуг семьи», «Способствуют просвещению и развитию семьи», «Вносят разнообразие в семейный досуг», «Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок»;

– польза от семейного досуга в условиях цифровизации проявляется в обучении полезным навыкам, в экономии семейного бюджета и в получении новых знаний;

– мешает цифровому семейному досугу чаще всего «Отсутствие необходимого контента»;

– по мнению большинства, формат семейного досуга в режиме оффлайн (традиционный) более распространен, чем онлайн досуг;

– большинство опрошенных в процессе проведения семейного досуга испытывают «Удовольствие, счастье», «Эмоциональный подъем»;

– большая часть респондентов, имеющая несовершеннолетних детей, ответила, что их желания в плане проведения семейного досуга совпадают с желаниями их детей;

– женщины используют время досуга (шопинг, готовка) с некой практической пользой чаще мужчин (компьютерные игры);

– мужчины предпочитают чаще всего проводить свободное время в кругу друзей;

– женщины считают, что семейный досуг в условиях цифровизации играет важную роль в сплочении и укреплении семьи;

– информация о цифровизации культурной среды более актуальна среди мужчин, нежели среди женщин;

- мужчины чаще женщин проводят досуг в режиме онлайн;
- женщинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие нужного контента;
- женщины считают, что сетевые ресурсы в организации семейного досуга отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга;
- мужчинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие лень и неорганизованность.

2.2 Социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга

По результатам анкетирования, мы выявили следующие особенности семейного досуга в условиях цифровизации культурной среды: мужчины более склонны к цифровому досугу, нежели женщины; польза досуга проявляется в обучении полезным навыкам, в экономии семейного бюджета и в получении новых знаний; чаще всего респондентам мешает в организации цифрового досуга – неумение воспринимать информацию в онлайн режиме и несовпадение увлечений и интересов членов семьи.

Вторым методом исследования мы выбрали фокусированное, индивидуальное интервью. На наш взгляд, данный метод позволяет наиболее точно и развернуто понять: каков уровень заинтересованности родителей в проведении досуга со своим ребенком / своими детьми, изучить желания и предпочтения родителей в выборе формы досуга, проанализировать информативность родителей о цифровизации сферы досуга, определить наиболее доступный способ досуга.

В качестве респондентов (№ 8) мы выбрали две категории родителей. Первая группа респондентов включала родителей, имеющих одного ребенка, а именно: две матери с одним ребенком и два отца с одним ребенком. Респонденты второй группы – родители, имеющие от двух и более детей, а

именно: отец троих детей, мать троих детей, отец двоих детей и мать двоих детей. Интервью носило характер фокусированного, индивидуального, с заранее составленным списком вопросов. План состоял из 15 вопросов. Вспомогательным инструментом в проведении второго метода стали фотографии, на которых были изображены ситуации семейного досуга.

Нами было проанализировано 6 фотографий, затрагивающие такие аспекты семейного досуга, как активный и пассивный отдых, познавательный и развлекательный характер досуга, сближающий и укрепляющий фактор семейного досуга. При анализе данных фотографий респондентам предоставлялась возможность отвечать на них в свободной форме, выражать свое мнение и отношение к предложенным материалам и сравнивать ситуацию на фотографии со своим жизненным опытом.

Фиксирование данных происходило непосредственно во время беседы, а также велась запись на диктофон, чтобы не упустить какой-либо важный момент.

Для начала респондентам предлагалось определить, насколько им интересно проводить досуг с детьми. Большинство респондентов ответили, что им очень интересно проводить досуг с детьми, поскольку родителям *«важно понять размышление ребенка, как они мыслят в той или иной ситуации, на ту или иную тему»* – мужчина, 2 ребенка. Из этого следует, что семейный досуг способен нести помимо развлекательного характера, еще и сближающий характер отношений между родителями и детьми.

«Однажды на день рождения старшему сыну подарили велосипед. Не отставая от сына, я приобрела для себя тоже велосипед. В этот момент хотелось не только развлечения, но, пользуясь моментом, я показывала сыну наш лес, набережную, исторические места в городе» – женщина, 3 ребенка.

«Благодаря желанию ребенка научиться рыбачить в 7 лет, мы с мужем купили всем членам семьи по удочке и очень увлекательно проводили время на речке» – женщина, 1 ребенок.

Важно было узнать, насколько интересен родителям выбранный ребенком способ проведения досуга. Интересно заметить, что с возрастом интерес проведения совместного досуга пропадает больше не у родителей, а у детей. *«Более в юном возрасте дети стали более закрыты к своим интересам. Они перестали показывать то, что им интересно. В более зрелом возрасте дети стали понимать, насколько сегодня можно доверять родителям свое хобби»* – наблюдение многодетного отца.

Интересен следующий ответ мамы одного ребенка: *«К примеру, мой муж не умеет ездить на велосипеде, а мы с сыном любим кататься. Нам частенько приходится с сыном проводить велосипедные прогулки без мужа, поскольку наши интересы не совпадают»*.

У респондентов разделились мнения по поводу частоты семейного досуга в кругу детей. Родители, имеющие одного ребенка, ответили, что уделяют время детям в будние дни от двух до трех часов, а в выходные от 4 часов и более.

Однако, к примеру, мужчина, имеющий двух детей, ответил: *«Я бы не сказал, что мы часто проводим свободное время вместе, так как я прихожу поздно с работы. Преимущественно досуг проводим вместе только в выходные дни. Мои дети в таком возрасте, что уже имеют свою жизнь. У кого-то учеба, у кого-то спортивная секция»*.

Женщина с тремя детьми ответила, что старается уделить детям хотя бы час в день на развлечения. Мужчина с тремя детьми отметил: *«Я провожу досуг в кругу детей нечасто, только когда есть время (выходные), поскольку в остальное время я занят работой»*. Интересным показался ответ женщины с двумя детьми: *«Стараюсь выделить для общения с детьми хотя бы один день в неделю. Желательно выходной»*.

Стоит отметить, что практически все респонденты приверженцы пассивного отдыха. Мнение отца одного ребенка следующее: *«Моя семья отдыхает пассивно, но хотелось бы, чтобы и активный отдых имел место в нашей семье»*. Женщина с одним ребенком отметила, что в их семье все

зависит от времени года и дня недели. К примеру, в будние дни после работы мы играем с дочкой в настольные игры, а в выходные ходим в кафе или кино всей семьей. Летом мы часто выезжаем на природу, устраиваем пикники, а зимой предпочитаем отдых дома».

Мужчина, имеющий троих детей, ответил следующее: «Моя семья больше предпочитает пассивный отдых. Лично мне интересен и активный отдых, однако он требует большей отдачи и времени, и сил, и средств, и подготовки. Те же походы, катания на сноуборде – они требуют дополнительных атрибутов (для рыбалки – удочка, для похода в горы – обувь специальная, рюкзак, палатка, палки скандинавские). Я не уверен, что моей семье это интересно, но я их не привлекал к активному образу жизни, поскольку нас в семье пятеро, и чтобы собраться куда-то нам нужно приложить много усилий».

Мнения мужчины с двумя детьми и женщины с тремя детьми совпали «стараясь проводить время и активно, но чаще всего нам удается это в выходные дни».

В продолжение к вопросу о форме проведения семейного досуга, респондентам были предложены два рисунка для размышления. На рисунке Е.1 семья активно проводит время, играет на берегу в песок. На рисунке Е.2 мы видим проявление пассивного отдыха, а именно, семья, сидя на диване, смотрит телевизор. Респондентам было предложено выбрать, на каком из рисунков они видят свою семью или хотели бы видеть.

Так, почти все ответили, что «скорее всего на рисунке Е.2 отражена наша семья, но очень хотелось бы быть похожей на семью, изображенную на рисунке 1». Однако мужчина, имеющий одного ребенка, высказал иную позицию: «На рисунках представлены разные периоды отдыха. Однозначно сказать нельзя, в какой из ситуаций я вижу свою семью, но учитывая, что лето у нас всего 90 дней длится (по календарю), то, безусловно, склоняюсь к рисунку 2».

В пятом вопросе респондентом было предложено ответить на вопрос с иллюстрацией. На рисунке Е.3 была изображена семья, играющая в настольные игры. Вопрос был следующим: «По Вашему мнению, данная ситуация является проявлением активного или пассивного отдыха?». Мы получили разные, но при этом интересные ответы.

Мужчина, у которого один ребенок, считает, что настольные игры в соотношении 50/50 и активный вид досуга, и пассивный. *«С одной стороны все члены семьи сидят дома на диване, а с другой стороны, настольные игры подразумевают продумывание ходов, требуют концентрации внимания».*

Женщины с одним ребенком отмечали, что *настольные игры можно отнести к активно-пассивному отдыху, потому что нет особой физической активности, но присутствует усиленная мозговая деятельность. Однако данная форма досуга полезна как для детей (способствует развитию логического мышления, развивает усидчивость), так и для взрослых (помогает отвлечься от домашних дел и работы).*

«Безусловно, настольные игры – это выражение пассивного отдыха, поскольку в процессе игры ты расслабляешься и отдыхаешь. Для моей семьи активный отдых предполагает: катание на велосипеде, походы в горы, катание на самокате, сноуборде» – отец, имеющий двух детей.

«По-моему мнению, данная ситуация отражает одну из форм проявления пассивного досуга, поскольку активный отдых обязательно должен предполагать движение» – мужчина, 3 ребенка.

«Я считаю, что настольные игры – не что иное, как активный образ жизни. Наша семья любит отвлекать себя от скуки именно таким образом. В данной ситуации нужны игральные кубики. В свою очередь они представляются тем самым дополнительным снаряжением и атрибутом, о котором я говорил выше» – женщина, 3 ребенка.

Далее мы показали респонденту рисунок Е.4, на котором изображена семья, проводящее время в кафе. Нами было предложено оценить данный вид досуга и ответить на вопрос: «Хотели бы Вы проводить свободное время

в кафе всей семьей?» Большинство опрошенных ответили, что хотели бы проводить семейный досуг таким образом. Рассмотрим подробнее ответы наших респондентов.

«Я считаю, что посещение кафе, ресторанов всей семье доставляет удовольствие, в особенности маме. Мне порой хочется дать себе отдых от готовки и посещение кафе – одна из альтернатив. Да и ребенка посещение таких заведений может социализировать» – женщина, 1 ребенок.

«Я бы хотел проводить свободное время с семьей только в необычных кафе, увы, в нашем городе таких нет. Если еда действительно вкусная то, я предпочту воспользоваться доставкой еды на дом» – мужчина, 1 ребенок.

«Финансовые возможности нашей семьи не позволяют проводить досуг в кафе и ресторанах, чтобы организовать такое застолье, нам нужен повод. Однако если бы была возможность, я думаю, мы с радостью проводили свободное время, ужиная не дома, потому что это интересно, вкусно и полезно» – женщина, 1 ребенок.

«Хорошая еда – одно из удовольствий, вдвойне хорошо, когда эта еда в приятной компании, где можно общаться. Общение – возможность сплотиться, узнать что-то новое из жизни своих родных, поделиться новостями. Младшее поколение семьи, в таком составе, как на Рисунке №4, говорит нам о том, что, возможно, впоследствии сын/ внук станет как свой отец или дед. В зависимости от того, кого нарисует себе в качестве кумира. Таким образом, мы во время трапезы, передаем даже какие семейные ценности и традиции» – мужчина, 3 ребенка.

Женщина с двумя детьми в своем ответе сделала акцент на детском меню: *«Я оцениваю данный способ досуга положительно, однако есть свои нюансы. У моей младшей дочери кризисный возраст – три года, сейчас с ней спокойно не посидишь в кафе или любом другом общественном месте. Также не во всех заведениях есть детское меню или меню для вегетарианцев, учитывая, что мы приверженцы правильного питания – рискуем навредить своему здоровью. По особым случаям приглашаем гостей*

к нам в дом, устраиваем подобные посиделки, при этом и детям, и родителям спокойнее».

Нам интересно было узнать, слышали ли респонденты о цифровизации сферы досуга. Было выявлено, что практически все родители слышали о цифровизации досуга и имеют представление о новых технологиях, но не в полной степени, однако родители, у которых один ребенок более вовлечены в эту тему.

Так, родитель, имеющий одного ребенка, отвечает: *«Цифровизация буквально нас поглотила. Сейчас мы можем посещать музеи, выставки, библиотеки, не выходя из дома. Достаточно включить компьютер, и ты уже виртуально путешествуешь по музею и разглядываешь экспонат. Также есть различные энциклопедии 4D с дополненной реальностью, которые позволяют фигурам оживать буквально у тебя на глазах».*

«Я слышал, что сейчас существует много онлайн кинотеатров. Даже есть онлайн библиотеки, где можно спокойно найти книгу в Интернете и прочитать ее ребенку или включить аудиокнигу и заняться своим делом» – мужчина, 1 ребенок.

«Сейчас конечно все цифровизовано, на своей семье мы это тоже ощущаем: играем в компьютерные игры, смотрим фильмы, слушаем аудио книги» – женщина, 3 ребенка.

Следующий вопрос помог нам выяснить, как влияет цифровизация досуга на семью: способствует укреплению или наоборот отдаляет членов семьи друг от друга. Исследование показало, что для родителей, имеющих одного ребенка форма досуга не столь важна, как общие интересы членов семьи.

«На мой взгляд, семейный досуг способствует укреплению и сплочению семьи. Я во время досуга с мужем и детьми всегда узнаю что-то новое о них: какой их любимый литературный жанр, какие фильмы больше нравятся, что им нравится делать, а что нет и так далее. А в современных

условиях нам представлено множество способов организации досуга, цифровизация сферы культуры – подтверждение. Поэтому я считаю, что цифровизация досуга не только способствует укреплению семьи, но и сближает членов семьи посредством доступности и многообразия» – женщина, 1 ребенок.

«Влияние цифровизации досуга может быть разным, все зависит от интересов. Если интересы у членов семьи совпадают, то такой досуг только объединяет, если же наоборот – отдаляет» – мужчина, 1 ребенок.

Интересно рассмотреть разные позиции многодетных родителей на одну проблему (речь идет о совместном просмотре фильма). К примеру, вот мнение женщины, у которой трое детей: *«Просвещение семьи в области искусства и литературы безусловно укрепляет семью, а посещение онлайн кинотеатров несомненно отдаляет членов семьи друг от друга, поскольку во время просмотра фильма между людьми нет взаимодействия друг с другом, каждый в своих мыслях».*

Обратное мнение у мужчины многодетного: *«Я считаю, все хорошо, что в меру. Нужно найти золотую середину между уютными семейными посиделками перед телевизором и бесконтрольным поведением детей за планшетами, телефонами или компьютером».*

Далее респондентам было предложено назвать положительные стороны цифровизации досуговой среды именно для его семьи. Итак, по мнению многодетной мамы: *«Основные плюсы цифровизации досуговой среды: экономия времени, экономия семейного бюджета, обучение новым навыкам, не выходя из дома».*

«Есть возможность смотреть фильмы и сериалы в любое время и в отличном качестве. Мы часто практикуем прослушивание аудиокниг, особенно удобно, когда есть маленькие дети» – мужчина, 3 детей.

«Отдельную выгоду мы наблюдаем при «посещении» домашнего кинотеатра. У нас есть возможность посмотреть новые фильмы за 149 р.,

нежели пойти в кинотеатр и потратить в четыре раза больше» – мама двоих детей.

Мнение мужчины с одним ребенком: «Семейный досуг в рамках цифровых технологий подразумевает в большей степени – проведение внерабочего времени дома. На мой взгляд, основной положительный момент домашнего досуга – это сближение и укрепление отношений в семье. К примеру, в процессе семейного просмотра фильмов, мы делимся эмоциями и впечатлениями, сопереживаем героям и тем самым становимся сплоченнее. И потом, всегда есть что вспомнить».

Мама одного ребенка отметила, что благодаря Интернету в их семьях появилась возможность доступно познавать мир, усовершенствовать языковые знания и закреплять изученное в школе.

«В последнее время появляется возможность недорого разнообразить досуг семьи, благодаря цифровым платформам. К примеру, мы пользуемся гидами о том, как сделать что-то своими руками; сервисами для развития мозга и виртуальными прогулками по галереям и музеям» – отец одного ребенка.

Для конструктивного анализа данной проблемы нами было предложено назвать отрицательные стороны цифровизации досуговой среды для семьи респондента. По мнению респондентов, имеющих от двух детей и более, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды стало здоровье, возможно, такая ситуация вызвана их опытом.

Мнение женщины с тремя детьми: «От чрезмерного злоупотребления гаджетами у человека падает зрение, появляются головные боли, искривляется осанка. В нашей семье использование цифровых устройств выделяется не более двух часов в день».

«Цифровизация досуга очевидно сказывается на здоровье детей и взрослых, потому что помимо ухудшения физического состояния, может спровоцировать и психические отклонения, к примеру человек, может

слишком увлечься и полностью уйти в виртуальную реальность»– мужчина, 2 ребенка.

Однако родители, имеющие одного ребенка, в большинстве своем заявили: *«Если не злоупотреблять Интернетом, то и минусов не будет»*.

«Основная проблема современных цифровых технологий, что большинство поддаются соблазну Интернета – включают детям игры на телефоне, мультики, аудиокниги, а сами занимаются личными делами, таким образом, освобождают себя от родительских обязанностей» – женщина, 1 ребенок.

«Основными минусами цифровизации досуговой среды, на мой взгляд, считаются: неумение работать в Интернете и долгий поиск информации» – мужчина, 1 ребенок.

Также нам важно было выяснить: готовы ли респонденты полностью перейти на цифровую платформу, организовав семейный досуг. Практически все респонденты дали отрицательный ответ, при этом многодетные аргументировали свою позицию.

«Нет. Для детей важен активный отдых вне дома, поэтому нужно стараться разнообразить семейный досуг, выезжая на природу, в ТЦ, развлекательные площадки, кафе, кинотеатры» – женщина, 2 детей.

«Не готовы, потому что мы с супругой не хотим, чтобы наш ребенок погружался в виртуальный мир» – мужчина, 2 детей.

«Возможно, это было бы интересно для нашей семьи, познавательно. Но сказать, что мы полностью готовы перейти на цифровую платформу, я не могу. Если мы ограничим семейный досуг в рамках квартиры, то можем лишить детей и себя социализации» – женщина, 3 детей.

Различия были также в ответах на вопрос: *«Какая составляющая досуга для Вас наиболее важна при выборе досуга (интеллектуальная, культурная, рекреационная, физическая)»*. Нами были представлены следующие картинки. Рисунок Е.5, на котором изображена семья в музее, и рисунок Е.6,

на котором мы видим семью, прогуливающуюся по парку. Респондентам было предложено высказаться по поводу данных ситуаций.

«Неважно познавательный или развлекательный характер носит досуг, главное, чтобы ребенку было интересно. Касаемо посещения музеев, я не уверен, что познавательный эффект можно получить лишь там. В современном мире дети больше узнают через Интернет, познавательные игры и при просмотре мультфильмов. Несомненно, если ребенку недостаточно будет получения познавательного аспекта через Интернет, он уже сам предложит посетить, к примеру, музей» – мужчина, 1 ребенок.

«Если рассматривать «Музей науки», в котором можно самому что-то делать, лепить, конструировать или изучать научные технологии, как работает тот или иной агрегат. А если рассматривать художественные музеи, то их можно «посетить» в онлайн режиме, дома» – женщина, 1 ребенок.

«Учитывая возраст моего сына (6 лет), нашей семье доступнее посещать парки, нежели музеи. Мы постепенно стараемся внедрять в досуг культурную (походы в музеи, на выставки) и интеллектуальную составляющие (совместные развивающие игры)» – мужчина 1 ребенок.

«Выбор досуга зависит от настроения и количества времени. Мы больше предпочитаем отдых как на рисунке 6, потому что в парке можно и активно провести время (играть, бегать, устроить пикник) и пассивно (полежать на травке, погреться на солнышке). У нас активные дети и мы любим природу и активный отдых, однако не забываем, что нужно уделять внимание и развитию детей. Иногда мы берем обучающие книги с собой на природу и в досуговой форме занимаемся с детьми, таким способом учебный материал усваивается проще» – женщина, 2 ребенка.

«На мой взгляд, развлекательный характер в досуге больше приветствуется. Познавательный аспект должен выражаться в специальном, выделенном для этого время. Конечно, это интересно в непринужденной обстановке узнать немного, воспользовавшись моментом,

к примеру, об истории здания, в котором на данный момент мы развлекаемся. Но специально время досуга я не посвящаю познанию и изучению чего-то» – мужчина, 3 ребенка.

«В нашей семье есть режим. Наш досуг делится на три части: интеллектуальную, развлекательную и личный отдых. Да, в процессе досуга мы с мужем стараемся разграничивать обучение и развлечение, также мы не забываем о личном пространстве детей, ведь детям с ранних лет нужно объяснять, что человеку нужно личное пространство» – женщина, 2 ребенка.

Особое значение на полноценное проведение досуга играет доход семьи. *«Доход всего лишь ключ при необходимости использовать возможность проведения досуга, но это не основной фактор. Можно иметь доход, но не иметь желания. Также можно иметь желание, но не иметь доход. Вот тут уже доход дает возможность осуществления твоим желаниям в той мере, в которой ты можешь себе это позволить. В любом случае, дорогие развлечения не всегда несут положительный эффект. На мой взгляд, больше отрицательного, именно для формирования будущего детей» – мужчина, 1 ребенок.*

«Доход не влияет на сам досуг, потому что всегда есть альтернатива, всегда можно придумать что-то без особых затрат, не выходя из дома» – женщина, 1 ребенок.

Однако мнение родителей от двух детей и более совершенно противоположное. *«Доход играет важную роль. Ведь, к примеру, семьи с высоким уровнем дохода могут позволить себе сходить в кино в ітах кинотеатр и получить колоссальные эмоции, при этом семьи с низким уровнем дохода, возможно, не могут себе позволить посещения 2D кинотеатра» – женщина, 3 ребенка.*

«Конечно, ведь в современном мире все удовольствия стоят денег: аттракционы, игровые развлекательные центры, игрушки, сладкая вата, конфеты, мороженное. Отказать ребенку можно, но он наверняка не

поймет, что такое «дорого» и почему сейчас мы не можем себе это позволить. А с другой стороны, если приучать с детства ребенка к дорогим развлечениям, то предвкусив нечто легкое, доступное, он может запросто отступить и, безусловно, неверно сформировать для себя ценности жизни» – мужчина, 2 ребенка.

«Естественно, доход влияет на разнообразие, улучшение семейного досуга, но доход не всегда может повлиять на полноценное проведение времени с семьей» – мужчина, 3 ребенка.

«Да, влияет. Порой, без денег сложно даже выехать в город просто, не говоря уже о том, чтобы вместе отправиться в кафе, на пикник, в горы или в кино. Чего стоит только заработать на некоторые аксессуары для отдыха, к примеру, купить детям лыжи, фигурные коньки или спортивный костюм – удовольствие не из дешевых» – женщина, 2 ребенка.

В дополнение к предыдущему вопросу мы выяснили, что дорогие развлечения не всегда несут положительный эффект. В этом вопросе мнения родителей полностью совпали, по мнению большинства, дорогие развлечения не всегда дают положительный эффект.

«Эффективность досуга больше зависит от предмета развлечения, а не от «цены» досуга. Если это покупка какой-нибудь приставки дорогушей, то какую она может принести пользу? А если это покупка лыжного костюма, лыж для катаний – то однозначно эффект во втором примере положительнее» – мужчина, 1 ребенок.

По мнению женщины с одним ребенком, дорогие развлечения – это пустая трата времени и денег. Всегда можно найти альтернативный вариант за приемлемую цену, при этом эффект будет намного лучше».

Мнение мужчины с тремя детьми: «Много вредных дорогих развлечений. Понятно, что с деньгами больше возможностей, но это значит, что без денег все плохо. Спасибо как раз цифровым технологиям за новые возможности.

Женщина с двумя детьми: «Важнее всего правильно выбрать развлечение, в зависимости от своих возможностей, ведь любые развлечения (как дорогие, так и дешевые), могут навредить».

В заключение мы предложили респондентам ответить на вопрос: «Как вы считаете, какой формат досуга наиболее доступен для Вашей семьи: цифровой или традиционный». Мнения разделились. Родители, имеющие от 2 и более детей, в большинстве своем, дали следующий ответ: *«традиционный формат досуга все же доступнее для нашей многодетной семьи»*.

Однако родители, имеющие одного ребенка, заявили следующее. *«У нашей семьи есть возможность купить телевизор, компьютер, планшет, поэтому нам ближе цифровой формат семейного досуга»* – женщина, 1 ребенок.

«В современности, конечно, цифровой досуг доступнее, поскольку можно бесплатно изучать мир, не выходя из дома» – мужчина, 1 ребенок.

По окончании интервью на тему «Социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга» респонденты поделились своими впечатлениями. Многие выделили тот аспект, что в процессе раздумывания ответов, они вспоминали массу положительных воспоминаний о своей семье, детях. Кто-то хотел бы даже вернуться на время в прошлое, с целью прожить какие-то моменты заново. В качестве дополнения респонденты высказывали свои точки зрения относительно семейного досуга в условиях цифровизации. К примеру, кто-то говорил, что культурная функция личности формируется больше в обществе, в котором она (личность) находится, нежели в семье; и если бы данная функция реализовалась бы в человеке исключительно благодаря семье, то все дети родителей были бы одинаковыми, но порой даже близнецы в этом вопросе имеют разные предпочтения. Нам известно, что воспитание родителей – это мировоззрение двух людей, соответственно, они передают детям одни и те же морали и ценности, однако дети при этом по-разному

видят функции семьи. Исследование показало, что многодетные семьи против полного перехода на цифровой досуг, поскольку считают, что исключение традиционных способов досуга может социально дезадаптировать ребенка.

Выделив тенденции в ответах респондентов, можно судить о том, что в условиях массового общества роль цифровизации семейного досуга значительно возрастает. Было выявлено, что практически все родители слышали о цифровизации досуга и имеют представление о новых технологиях, но не в полной степени, однако родители, у которых один ребенок более вовлечены в эту тему. Родители, имеющие одного ребенка, ответили, что уделяют время детям в будние дни от двух до трех часов, а в выходные от 4 часов и более. По мнению респондентов, имеющих от двух детей и более, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является ухудшение здоровья. В семьях, в которых до двух детей, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является то, что цифровой формат досуга может спровоцировать родителей на освобождение себя от родительских обязанностей.

Мы выяснили, что для респондентов нет ничего лучше, чем проводить свободное время всей семьей. Мы убедились в том, что в условиях массового общества существует огромный выбор форм проведения семейного досуга, но при этом не каждый может себе позволить те развлечения, что хочет. Тут уже возникает вопрос о важности семейного дохода на полноценное проведение досуга. И результаты исследования нам показывают, что, да, иметь высокий уровень дохода – здорово, но в то же время, доход является, всего лишь, ключом при необходимости использовать возможность проведения досуга, ведь важнее всего уделить внимание друг другу и проявить заботу и любовь. В многодетных семьях денежный показатель играет роль значительно выше, чем в семьях с одним ребенком. Вероятно, данная ситуация вызвана большим количеством членов семьи, соответственно и со множеством желаний, интересов, потребностей и разным

возрастом детей. Ранее нами было отмечено, что многодетные родители больше придерживаются традиционного формата досуга; нежели цифрового. Из этой ситуации вытекает следующая тенденция, которая также была замечена в ответах респондентов: в многодетных семьях денежный показатель играет большую роль, нежели в семьях с одним ребенком, где родители полностью готовы принять формат онлайн досуга, соответственно, по их мнению, денежный доход не влияет на досуг. Из этого вытекает вывод: денежный показатель чаще играет роль в многодетных семьях, поскольку они больше склонны к традиционному формату досуга, а он, в свою очередь, подразумевает большую трату денег, нежели онлайн досуг. Результаты представлены в таблице Ж.20.

Также респонденты отметили, что не стоит забывать о личном пространстве членов семьи, ведь для поддержания хороших отношений людям иногда нужно оставаться наедине, поскольку члены семьи физически не могут проводить досуг всегда вместе. Зачастую, чрезмерное желание проводить совместный досуг, может перерасти в болезнь. По мнению респондентов, каждому человеку нужно верно выстраивать границы личного пространства.

Таким образом, в результате эмпирических исследований мы достигли поставленных целей и задач работы, в ходе исследования все гипотезы подтвердились. Мы выяснили, что проведение современного семейного досуга в условиях цифровой среды занимает неотъемлемую часть жизни наших респондентов. Обобщая результаты эмпирических исследований культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе, выделим следующие особенности семейного досуга в условиях цифровизации культурной среды (на примере населения г.о. Тольятти):

– большая часть опрошенного населения имеет представление о цифровизации культурной досуговой среды и пользуется цифровыми ресурсами при организации семейного досуга;

– по мнению большинства, современные сетевые ресурсы «Облегчают досуг семьи», «Способствуют просвещению и развитию семьи», «Вносят разнообразие в семейный досуг», «Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок»;

– по мнению большинства, формат семейного досуга в их семьях в режиме оффлайн (традиционный) более распространен, чем онлайн досуг;

– большинство опрошенных в процессе проведения семейного досуга испытывают «Удовольствие, счастье», «Эмоциональный подъем»;

– женщины используют время цифрового досуга (шопинг, готовка) с некой практической пользой чаще мужчин (компьютерные игры);

– женщины считают, что семейный досуг в условиях цифровизации играет важную роль в сплочении и укреплении семьи;

– информация о цифровизации культурной среды более актуальна среди мужчин, нежели среди женщин;

– мужчины чаще женщин проводят досуг в режиме онлайн;

– женщинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие нужного контента;

– женщины считают, что сетевые ресурсы в организации семейного досуга отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга;

– мужчинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие лень и неорганизованность.

Выделив тенденции в ответах респондентов, а именно родителей, имеющих одного ребенка и родителей, имеющих от двух и более детей, к фокусированному, индивидуальному интервью, можно судить о том, что в условиях массового общества роль цифровизации семейного досуга значительно возрастает. Было выявлено, что практически все родители слышали о цифровизации досуга и имеют представление о новых технологиях, но не в полной степени, однако родители, у которых один ребенок более вовлечены в эту тему. Родители, имеющие одного ребенка, ответили, что уделяют время детям в будние дни от двух до трех часов, а в

выходные от 4 часов и более. По мнению респондентов, имеющих от двух детей и более, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является ухудшение здоровья. В семьях, в которых до двух детей, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является то, что цифровой формат досуга может спровоцировать родителей на освобождение себя от родительских обязанностей.

В процессе исследования, мы сталкивались с респондентами, которые связывали организацию семейного досуга с личной рабочей занятостью. И благодаря нормированному графику работы, многие указывали на то, что могут проводить совместное время с семьей ежедневно, по вечерам, не дожидаясь выходных дней.

Мы выяснили, что для респондентов нет ничего лучше, чем проводить свободное время всей семьей. Мы убедились в том, что в условиях массового общества существует огромный выбор форм проведения семейного досуга, но при этом не каждый может себе позволить те развлечения, что хочет. Тут уже возникает вопрос о важности семейного дохода на полноценное проведение досуга. И результаты исследования нам показывают, что, да, иметь высокий уровень дохода – здорово, но в то же время, доход является, всего лишь, ключом при необходимости использовать возможность проведения досуга, ведь важнее всего уделить внимание друг другу и проявить заботу и любовь. В многодетных семьях денежный показатель играет роль значительно выше, чем в семьях с одним ребенком. Вероятно, данная ситуация вызвана большим количеством членов семьи, соответственно и со множеством желаний, интересов, потребностей и разным возрастом детей. Ранее нами было отмечено, что многодетные родители больше придерживаются традиционного формата досуга, нежели цифрового. Такая ситуация – подтверждение тому, что в многодетных семьях денежный показатель играет большую роль, нежели в семьях с одним ребенком, где родители полностью готовы принять формат онлайн досуга.

Заключение

Таким образом, в нашей бакалаврской работе была проанализирована область семейного досуга в культурной цифровой среде массового общества. Целью бакалаврской работы являлось выявление роли семейного досуга культурной цифровой среды в массовом обществе.

Изучив теоретические аспекты к анализу массового общества, мы выяснили, что 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 [14].

Нами было выявлено, что в эпоху современного цифровизованного общества изменениям подвергаются все сферы жизни: экономика, политика, образование, здравоохранение, городская среда, экология, наука, культура. Далее мы выяснили, что основными форматами цифрового досуга станут разнообразные цифровые устройства. К примеру, Интернет, платформа виртуальной реальности, искусственно созданный интеллект, технологичное искусство. Также узнали, что произойдет цифровизация, уже привычных всем средств коммуникации: цифровое телевидение, книги, видео, аудио, посещение культурных учреждений, тренажерных залов, онлайн кинотеатров, получение новой профессии, переквалификация знаний в той или иной области, также станет возможным, не выходя из дома.

Поскольку изменения коснутся и института семьи, нами была рассмотрена роль семейного досуга в культурной цифровой среде массового общества. Благодаря качественному исследованию, а именно методу

анкетного опроса, мы выявили значимость культурной цифровой среды в семейном досуге массового общества, на примере жителей г.о. Тольятти.

Мы выяснили, что проведение современного семейного досуга в условиях цифровой среды занимает неотъемлемую часть жизни наших респондентов. Обобщая результаты эмпирических исследований культурной цифровой среды семейного досуга в массовом обществе, можем выделить следующие особенности.

Данные, представленные на рисунке К.2, показывают, что чаще всего в свободное время респондент предпочитает «Выходить на прогулку с семьей» – 80%, «Вместе готовить ужин» – 54%, «Смотреть онлайн фильмы» – 45%, «Играть в настольные игры» – 32%.

Основная часть опрошенных имеют представление о цифровизации культурной досуговой среды, а именно 75%. Чуть больше половины опрошенных пользуются цифровыми ресурсами – 57%, отрицательный ответ дали 33% и затруднились в ответе – 11%.

Нам было важно узнать, что же дают сетевые ресурсы в организации свободного времени. Наиболее часто выбираемыми ответами стали «Облегчают досуг семьи», «Способствуют просвещению и развитию семьи», «Вносят разнообразие в семейный досуг», «Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок» около 40% опрошенных.

Побуждает же людей проводить свободное время с членами семьи, первую очередь, «Стремление к общению» и «Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи» – 62% респондентов. Половину опрошенных побуждают к совместному досугу «Общие интересы» – 46%.

Немаловажно знать: в чем выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации? Во-первых, в получении новой информации, новых знаний – 60% опрошенных. Во-вторых, польза выражается в обучении полезным навыкам – 35%. На третьем месте ответ «Обмен положительными эмоциями» – 33%, на четвертом месте «Познание интересов друг друга» –

30% и на пятом месте «Экономия семейного бюджета» – 26% и ответ «Сплочение и укрепление семьи» – 26%.

Итак, мы выяснили: в чем выражается польза семейного досуга в условиях цифровизации. Но, что напротив, мешает семейному досугу? Самый популярный ответ на вопрос «Что, по Вашему мнению, мешает цифровому семейному досугу» – это «Отсутствие необходимого контента» – 41%. «Незаинтересованность» выбрали 37% опрошенных. «Неумение пользоваться Интернетом» выбрали 35%. Также, по мнению респондентов, им мешает отсутствие дисциплины и контроля над собой, а именно ответ «Лень и неорганизованность» выбрали 28% респондентов.

Поскольку объект аналитического исследования представлял людей, состоящих в браке, дифференцированных по полу на две равные группы, кратко обозначим выводы с позиции респондентов: женщины используют время досуга (шопинг, готовка) с некой практической пользой чаще мужчин (компьютерные игры); мужчины предпочитают чаще всего проводить свободное время в кругу друзей; женщины считают, что семейный досуг в условиях цифровизации играет важную роль в сплочении и укреплении семьи; информация о цифровизации культурной среды более актуальна среди мужчин, нежели среди женщин; мужчины чаще женщин проводят досуг в режиме онлайн; женщинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие нужного контента; женщины считают, что сетевые ресурсы в организации семейного досуга отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга; мужчинам чаще всего в организации онлайн досуга мешает отсутствие лень и неорганизованность.

Благодаря качественному методу исследования – фокусированному, индивидуальному интервью, мы проанализировали мнения родителей об организации культурного цифрового семейного досуга. В качестве респондентов (№ 8) мы выбрали две категории родителей. Первая группа респондентов включала родителей, имеющих одного ребенка, а респонденты второй группы – родители, имеющие от двух и более детей.

Выделив тенденции в ответах респондентов, можно судить о том, что в условиях массового общества роль цифровизации семейного досуга значительно возрастает. Было выявлено, что практически все родители слышали о цифровизации досуга и имеют представление о новых технологиях, но не в полной степени, однако родители, у которых один ребенок более вовлечены в эту тему. Родители, имеющие одного ребенка, ответили, что уделяют время детям в будние дни от двух до трех часов, а в выходные от 4 часов и более. По мнению респондентов, имеющих от двух детей и более, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является ухудшение здоровья. В семьях, в которых до двух детей, основным негативным фактором цифровизации досуговой среды является то, что цифровой формат досуга может спровоцировать родителей на освобождение себя от родительских обязанностей.

Мы выяснили, что для респондентов нет ничего лучше, чем проводить свободное время всей семьей. Мы убедились в том, что в условиях массового общества существует огромный выбор форм проведения семейного досуга, но при этом не каждый может себе позволить те развлечения, что хочет. Тут уже возникает вопрос о важности семейного дохода на полноценное проведение досуга. И результаты исследования нам показывают, что, да, иметь высокий уровень дохода – здорово, но в то же время, доход является, всего лишь, ключом при необходимости использовать возможность проведения досуга, ведь важнее всего уделить внимание друг другу и проявить заботу и любовь. В многодетных семьях денежный показатель играет роль значительно выше, чем в семьях с одним ребенком. Вероятно, данная ситуация вызвана большим количеством членов семьи, соответственно и со множеством желаний, интересов, потребностей и разным возрастом детей. Ранее нами было отмечено, что многодетные родители больше придерживаются традиционного формата досуга; нежели цифрового. Из этой ситуации вытекает следующая тенденция, которая также была замечена в ответах респондентов: в многодетных семьях денежный

показатель играет большую роль, нежели в семьях с одним ребенком, где родители полностью готовы принять формат онлайн досуга, соответственно, по их мнению, денежный доход не влияет на досуг. Из этого вытекает вывод: денежный показатель чаще играет роль в многодетных семьях, поскольку они больше склонны к традиционному формату досуга, а он, в свою очередь, подразумевает большую трату денег, нежели онлайн досуг.

Подводя итоги, можно сказать, что мы достигли поставленных в исследовании целей и задач. Все гипотезы исследования подтвердились. Благодаря количественному и качественному исследованиям, мы выяснили, что сегодня в Интернете много познавательного и бесплатного материала; в Интернете имеется масса разнообразных предложений для организации досуга; удобно проводить свободное время в режиме онлайн, поскольку появляется возможность самому устанавливать график; в Интернете безопаснее и меньше рисков, чем на улице; проводя досуг онлайн происходит экономия времени и семейного бюджета; появляется возможность изучать бесплатные сервисы для полноценного досуга, не выходя из дома; в режиме онлайн появляется больше новых и разнообразных форм досуга. Данные представлены на рисунке К.3.

Помимо полученных результатов, в процессе написания бакалаврской работы, нами был изучен такой интересный феномен, как «цифровой аутизм». Понятие виртуального аутизма ввел Мариус Замфир. Цифровой аутизм представляет одно из серьезных современных последствий всеобщей информатизации.

«Сегодняшний мир, говорит Андрей Курпатов – это эпидемия цифрового аутизма. Цифровой аутизм – это невозможность человека поддерживать длительный психологический контакт друг с другом. Важно понимать, что цифровые технологии – это всего лишь инструмент для работы, а для всего остального – есть человек. Общаться с ним, конечно, тяжело, но это отличный тренажёр для нашего мышления».

В заключение хочется отметить, что современный человек испытывает дефицит двух вещей – общения и личного пространства. Зачастую, проснувшись, человек хватается телефон и невольно подключается к потоку информации. Но ведь 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 заключается лишь в грамотном формировании временной политики цифрового досуга членов семьи. Важно уметь разграничивать онлайн формат досуга от оффлайн формата, поскольку чрезмерное пользование Интернетом может привести к негативным последствиям.

На рисунке К.5 отображены практические рекомендации к проведению семейного досуга в цифровой среде:

- следите за временем в сети и поставьте лимит на проведение онлайн досуга;

- с целью не отвлекаться на личные дела во время проведения свободного времени с семьей, выделите специальное время для личного отдыха в интернете;

- не нарушайте границы личного пространства членов семьи, также подразумевается не навязывать свои интересы, уважать мнения друг друга и быть сдержанным;

- больше говорите друг с другом (смотрите в глаза, улыбайтесь, пытайтесь понять человека напротив вас);

- переживайте за родных;

- цените людей, которые рядом с вами.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Азарян, С. Г. Массовая культура: точки соприкосновения с телевизионным экраном / С. Г. Азарян, И. В. Мещерякова // Аналитика культурологии. – 2010. – №18. – С. 8–17.
2. Альтернативная демократическая теория массового общества Д. Белла, С. Липсета, Э. Шилза и др. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://soc.bobrodobro.ru/16115> (дата обращения: 10.09.19).
3. Андреева, С. В. Феномен досуга: история и современность / С. В. Андреева // Вестн. Том.гос. ун-та. – 2011. – № 4. – С. 42–45.
4. Антонов, А. И. Социология семьи: учебник / А. И. Антонов. – М.: Академический Проект, 2016. – 640 с.
5. Аристархов, В. В. Цифровизация в сфере культуры, законодательство и правоприменительная практика // Парламентские слушания. – 2018. №3. – 30 с.
6. Баландина, Г. А. Традиции и инновации в организации досуга молодых семей в учреждениях культуры / Г. А. Баландина // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2014. – №4. – С. 68–73.
7. Барун, Д. С. Потенциал досуговой деятельности в формировании правовой культуры молодой семьи / Д. С. Барун // Вестник ТГУ. –2011. – №4. – С. 171–175.
8. Беляков, О. И. Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского / О. И. Беляков // Общественные науки. – 2012. – № 28. – С. 690–693.
9. Бердюгина, Е. Б. Революция досуга в постсоветской России: трансформация семейных досуговых практик / Е. Б. Бердюгина // Человек в мире культуры. – 2017. – № 4. – С. 7–11.
10. Богданова, С. В. Организация семейного досуга как одно из условий развития физической подготовленности детей дошкольного возраста

/ С. В. Богданова, С. В. Ефимова // Ученые записки университета Лесгафта. – 2015. – №2. – С. 19–23.

11. Бутенко, И. А. Качество свободного времени у богатых и бедных // Социологические исследования. – 2008. – №7. – С. 82.

12. Галкин, Д. В. От кибернетических автоматов к искусственной жизни: теоретические и историко-культурные аспекты формирования цифровой культуры [Текст]: автореф. дис. ... д-ра философ. наук / Д. В. Галкин. – Томск, 2013. – 51 с.

13. Галкина, Т. В. О концепции домашнего музея как пространства семейного досуга / Т. В. Галкина // Вестник ТГПУ. – 2012. – №9. – С. 203–206.

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

15. Головина, Г. В. Функции досуговой деятельности как наиболее значимые ее характеристики в аспекте соответствия потребностям членов общества / Г. В. Головина // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. – 2011. – №4. – С.173–179.

16. Дементьева, И. Ф. Первые годы брака. Проблемы становления молодой семьи / И. Ф. Дементьева. – М.: Наука, 1991. – 307с.

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

18. 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.

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

20. Карабедова, И. С. Особенности гендерного аспекта досуга в современном российском обществе / И. С. Карабедова // ИСОМ. – 2013. – №5. – С. 194–196.
21. Караханова, Т. Н. Бюджет нашего времени // Российское экспертное обозрение. – 2006. – №7. – С. 15–17.
22. Касьянов, В. В. Формирование массового общества и массовая коммуникация / В. В. Касьянов // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №2. – С. 55–58.
23. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: Общество – СМИ – власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 431 с.
24. Конорева, К. В. Современное понимание семьи и причины внутрисемейных конфликтов / К. В. Конорева // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». – 2016. – №6. – С. 866–868.
25. Красноярова, О. В. К вопросу о коммуникативной стратегии современного массового общества / О. В. Красноярова // Известия БГУ. – 2010. – №5. – С. 189–194.
26. Кудренко, Т. В. Социально-культурные особенности ценностных приоритетов семейного досуга / Т. В. Кудренко // Вестник ТГУ. – 2015. – №11. – С. 74–79.
27. Кудрявцева, Т. А. Организация семейного досуга в молодых семьях / Т. А. Кудрявцева // Молодой ученый. – 2017. – №4. – С. 571–573.
28. Мамченко, Т. В. Семейный досуг как средство укрепления внутрисемейных отношений / Т. В. Мамченко // Вестник Таганрогского института имени А. П. Чехова. – 2016. – №1. – С. 246–250.
29. Массовое общество как эмблема современности [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.proza.ru/2013/06/26/1524> (дата обращения: 10.10.19).

30. Мордовина, Л. В. Феномен массовой культуры в современном обществе / Л. В. Мордовина, А. В. Шилова // Аналитика культурологии. – 2009. – №14. – С. 133–134.
31. Морева, С. Н. Торгово-развлекательный центр как элемент городской сервисной инфраструктуры / С. Н. Морева // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №11. – С. 135–141.
32. Муравьева, Ж. В. Социально-культурные условия организации семейного досуга средствами рекреативно-оздоровительных технологий / Ж. В. Муравьева // Вестник ТГУ. – 2009. – №3. – С. 88–91.
33. Найдорф, М. И. "Массовые движения в массовых обществах" / М. И. Найдорф // Вестник Русской христианской гуманитарной академии. 2010. – № 4. – С. 220–230.
34. Национальный проект. Культура. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://strategy24.ru/rf/culture/projects/natsional-nyu-proyekt-kul-tura> (дата обращения: 12.09.19).
35. О Стратегии социально-экономического развития городского округа Тольятти на период до 2030 года [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tgi.ru/documentation/obj?obj=32772> (дата обращения: 12.09.19).
36. О чем мечтают россияне: идеал и реальность / Под ред. М. К. Горшкова, Р. Крумма, Н. Е. Тихоновой. – М.: Весь Мир, 2013. – 305 с.
37. Ольденбург, Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург; пер. с англ. А. Широкановой. – Москва: Новое литературное обозрение, 2014. – 456 с.
38. Ольшанский, Д. В. Психология масс / Д. В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
39. 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.

40. Основные методологические подходы к анализу массового общества [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://textarchive.ru/c-2155536.html> (дата обращения: 18.10.19).
41. Пархоменко, Е. В. Современный язык как симулякр «Дома бытия» / Е. В. Пархоменко // ИСОМ. – 2013. – №5. – С. 318–321.
42. Пиголкина, Е. А. Особенности организации семейного досуга / Е. А. Пиголкина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2011. – № 1. – С. 1–2.
43. Понукалина, О. В. Виртуальная «Цивилизация досуга» Российской провинции / О. В. Понукалина // Вестник ЧелГУ. 2008. №33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnaya-tsivilizatsiya-dosuga-rossiyskoj-provincii> (дата обращения: 08.10.2019).
44. Понукалина, О. В. Досуг в обществе массового потребления: концептуальные рамки исследования / О. В. Понукалина // Изв. Саратов. ун-та Нов.сер. Сер. Социология. Политология. – 2009. – №1. – С. 23–27.
45. Пронькина, А. В. Массовая культура как культурологическая категория / А. В. Пронькина // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. – 2012. – №34. – С. 64–76.
46. Птицына, С. С. Теория сетевого общества М. Кастельса: теоретико-социологический анализ // Всероссийский журнал научных публикаций. 2011. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-setevogo-obschestva-m-kastelsa-teoretikosotsiologicheskij-analiz> (дата обращения: 06.09.2019).
47. Савенко, О. Е. Трансформация брачно-семейных отношений в условиях сетевого общества / О. Е. Савенко // LexRussica. 2019. №7 (152). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-brachno-semeinyh-otnosheniy-v-usloviyah-setevogo-obschestva> (дата обращения: 07.10.2019).
48. Самохвалова, Е. В. Формирование позитивного имиджа института семьи в регионе [Электронный ресурс]. Режим: <http://web.snauka.ru/issues/2014/04/33569> (дата обращения: 25.11.2019).

49. Семак, Т. Ю. Семейное творчество – ведущая форма организации досуга семьи / Т. Ю. Семак // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2017. – №2. – С. 93–99.
50. Семейный досуг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/domturist/semeynyi-dosug--sposob-zaniat-vseh-domashnih-razom-5d49170f7b4bd200b65bf979> (дата обращения: 10.11.19).
51. Специфика досуга в современном российском обществе [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/138/38663/> (дата обращения: 10.10.19).
52. Становление культурологии [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://geum.ru/next/art-260601.leaf-4.php> (дата обращения: 18.10.19).
53. Суровенкова, М. А. Досуговая деятельность современной студенческой молодежи / М. А. Суровенкова // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2013. – №1. – С. 67–71.
54. Теории массового общества [Электронный ресурс] // Режим доступа: https://studme.org/64768/filosofiya/teorii_massovogo_obschestva (дата обращения: 23.11.19).
55. Тихоновская, Г. С. Культурно-досуговая программа как объект научного анализа / Г. С. Тихоновская // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – №36. – С. 231–237.
56. Фаблинова, О. Н. Возможности и последствия проведения досуга посредством использования интернет-технологий / О. Н. Фаблинова // Социологический альманах. – 2012. – №3. – С. 345–355.
57. Хачатрян, Л. А. Тенденции изменения современной российской семьи // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2014.– № 4. – С. 111–120.

58. Цифровой аутизм: как не попасть в капкан виртуальной зависимости [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://teachline.ru/blog/tsifrovoy-autizm/> (дата обращения: 23.03.20).

59. Чернов, Г. Ю. Экзистенциальный анализ социально-массовых явлений в работах К. Ясперса: масса, массовое общество, демассификация / Г. Ю. Чернов // Вестник ЧелГУ. – 2010. – №16. – С. 160–167.

60. Ясперс К. Духовная ситуация времени // Смысл и назначение истории. – М.: Наука, 1991. – 409 с.

61. Boutenko I., Razlogov K. (Eds.). Recent Social Trends in Russia / Montreal, McGill-Queen`s University Press, 1997.

62. Edgar F. (Ed.). Encyclopedia of Sociology / Borgatta, editor-in-chief, Rhonda Montgomery, managing editor, 2000.

63. Evi Scholz, Timo Lenzner, Marleen Heller. (Hrsg.). International Social Survey Programme, Leisure Time and sports / GESIS-Technical Reports, 2007.

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

65. Macionis J. (Ed.). Sociology / Upper Saddle River: Prentice Hall, cop. 2003.

Приложение А

Национальный проект «Культура» (инфографика)

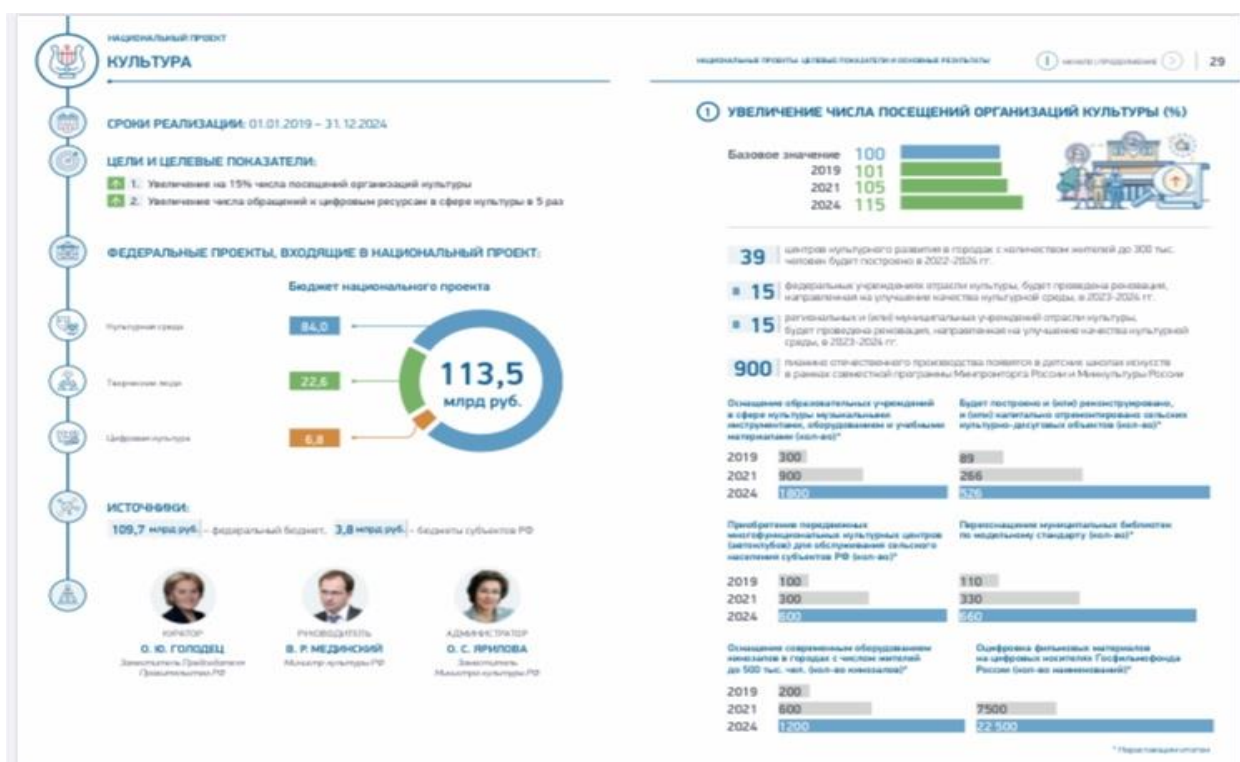


Рисунок А.1 – Национальный проект «Культура» (инфографика)

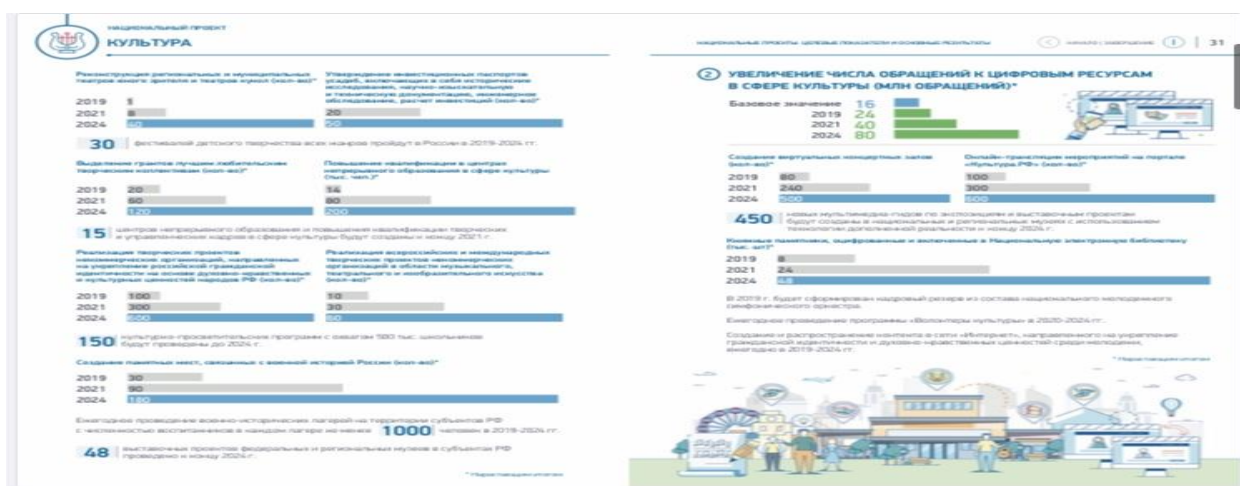


Рисунок А.2 – Национальный проект «Культура» (инфографика)

Приложение Б

Программа эмпирического исследования

Программа эмпирического исследования по теме: «Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга».

В качестве одной из важнейших проблем современной семьи выступает организация свободного времени членов семьи, которая включает в себя семейный досуг. Семейный досуг играет важную роль в поддержании семьи и ее внутреннем развитии. Стоит отметить, что под семейным досугом понимается, исключительно совместная деятельность членов семьи, ведь именно общее занятие может сплотить семью. В связи с цифровизацией в сфере культуры, а именно появлением государственного каталога музейного фонда, автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах, национальной электронной библиотеки, онлайн трансляций из учреждений культуры, виртуальных музеев, мультимедиа-гид с технологией дополненной реальности (Artefact), предлагаем рассмотреть культурную цифровую среду современного семейного досуга в массовом обществе [28].

Объектом аналитического исследования являются люди, состоящие в браке, дифференцированные по полу на две равные группы респондентов. Первая группа включает мужчин, состоящих в браке, респонденты второй группы – женщины, состоящие в браке.

Предмет изучения состоит в выявлении социологической оценки цифровой среды современного семейного досуга среди супружеских пар.

Обоснование выборки: анкетный опрос N = 200 человек (50% – респонденты мужского пола, 50% – респонденты женского пола).

Целью данного социологического исследования является социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга.

В соответствии с целью поставлены следующие **задачи**:

- выявить семейный круг во время досуга;
- определить наиболее популярную форму проведения семейного досуга;
- выявить актуальность проблемы цифровизации в досуговой среде;
- узнать, какой вид семейного досуга наиболее востребован в семьях с детьми и без детей: в режиме оффлайн или в режиме онлайн;
- определить, в чем заключается польза цифрового семейного досуга;
- определить, что мешает совместному досугу в условиях цифровизации.

Системный анализ объекта исследования

Социально-демографические характеристики:

- пол (опрашиваются мужчины и женщины в пропорции 50/50);
- возраст (22–39 лет / 40 лет и старше);
- материальное положение;
- образование;
- семейное положение;
- наличие детей (несовершеннолетних, до 18 лет).

Традиционное проведение досуга:

- виды деятельности во время досуга;
- круг общения во время досуга;
- место семейного досуга;
- что дает совместный досуг;
- содержание совместной деятельности;

Проведение семейного досуга в условиях цифровизации общества:

- информированность о цифровизации культурной досуговой среды;
- использование цифровых ресурсов;
- анализ сетевых ресурсов в организации досуга;
- польза семейного досуга в условиях цифровизации;
- вред семейного досуга в условиях цифровизации;

– содержание досуга в разных форматах;

Семейный досуг:

– формат семейного досуга;

– оценка своего досуга;

– совпадение интересов во время досуга;

Гипотезы исследования:

1. Большинство женщин предпочитают проводить семейный досуг, не выходя из дома, посредством Интернет ресурсов.

2. Большинство женщин считают, что семейный досуг в условиях цифровизации играет важную роль в сплочении и укреплении семьи.

3. Информация о цифровизации культурной среды распространена больше среди мужчин, нежели среди женщин.

4. Мужчины чаще женщин проводят досуг онлайн режиме.

5. Большинству женщин отсутствие нужного контента мешает организации онлайн досуга.

6. Большинство женщин считают, что Интернет ресурсы облегчают семейный досуг.

7. По мнению большинства мужчин, неумение воспринимать информацию в онлайн режиме мешает организации онлайн досуга.

Теоретическая интерпретация социологических понятий

Семья – это основанная на браке или кровном родстве малая социальная группа, члены которой объединены совместным проживанием и ведением домашнего хозяйства, эмоциональной связью и взаимными обязанностями друг к другу.

Свободное время – это время, которое остается после выполнения обязательных дел.

Досуг – это та часть свободного времени, которым человек располагает по своему усмотрению.

Ценности – особое качество вещи, которое удовлетворяет, материальную или духовную потребность человека.

Мотивация – процесс стимулирования кого-либо к деятельности, направленной на достижение целей организации.

Семейный досуг – времяпрепровождение ввремя, которого собирается вся семья, и члены, которой активно взаимодействуют друг с другом.

Образ идеальной семьи – семья, в которой царит взаимопонимание и полное доверие.

Клуб семейного отдыха – это место, где можно отдохнуть и с пользой провести время с семьей и близкими родственниками.

Массовое общество – общество, характеризующееся стандартизацией производства и массовым потреблением, возрастанием численности и роли среднего класса, бюрократизацией общества.

Культура – процесс самосозидания человека в его общественной жизни.

Культурная среда – это комплекс культурных предпочтений населения, локализованного в границах определенного пространства.

Культурная цифровая среда – это внедрение цифровых технологий в культурную среду.

Цифровизация культурной среды – использование информационно-коммуникационных технологий для комфортной жизни в культурной среде, для взаимодействия с обществом и решения цифровых задач.

Цифровая среда – среда логических объектов, используемая для описания (моделирования) других сред на основе математических законов.

Операционализация социологических понятий

Данное исследование предполагает выяснение в первом блоке вопросов уровень обыденного проведения досуга респондента.

Узнать основной вид досуга респондента, нам поможет вопрос о наиболее желаемом виде досуга среди множества вариантов, а также номинальная шкала:

– Посещение театров, музеев, выставок

- Чтение книг и газет
- Просмотр фильма
- Получение самообразования
- Занятие рукоделием
- Занятие спортом
- Другое.

Номинальная шкала позволит нам выяснить с кем именно респондент предпочитает проводить свободное время:

- С супругой/ супругом
- С детьми
- С родственниками
- С друзьями
- В одиночестве.

Узнать, где респондент предпочитает проводить свободное время с семьей нам поможет открытый вопрос и относительная шкала.

Номинальная шкала также позволит нам узнать, чем респондент предпочитает заниматься в свободное время со своей семьей:

- Смотрим онлайн-фильмы
- Занимаемся онлайн-шоппингом
- Выходим на прогулку
- Занимаемся физкультурой, спортом
- Виртуально познаем музеи мира
- Вместе готовим ужин
- Собираем пазлы
- Посещаем клубы семейного отдыха
- Играем в настольные игры
- Играем в онлайн-игры
- Пользуемся бесплатными полезными сервисами
- Другое.

Далее логично будет выяснить, что побуждает респондента проводить свободное время с членами его семьи, мы выясним в следующем вопросе, с помощью номинальной шкалы:

- Стремление к общению
- Семейные обязанности (супруга, родителя)
- Общие интересы
- Желание дать ребенку хорошее воспитание
- Работа и отдых на даче
- Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи
- Подчинение авторитету членов семьи
- Желание быть примером для ребенка
- Стремление лучше узнать своих близких
- Желание гордиться своей семьей
- Контроль над членами семьи
- Желание воплотить образ идеальной семьи
- Другое.

Второй блок вопросов характеризует проведение семейного досуга в условиях цифровизации общества.

Порядковая шкала также позволит нам узнать, слышал ли респондент о цифровизации культурной досуговой среды:

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить.

Порядковая шкала также позволит нам узнать, пользуется ли респондент цифровыми ресурсами:

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить.

Понять, что дают семье современные сетевые ресурсы в организации свободного времени, поможет номинальная шкала:

- Облегчают досуг семьи
- Ограничивают в выборе формы проведения досуга
- Вносят разнообразие в семейный досуг
- Отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга
- Способствуют просвещению и развитию семьи
- Разрушают основную задачу семейного досуга
- Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за

короткий срок

- Ухудшают состояние здоровья
- Другое.

Узнать, в чем, по мнению респондента, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации, поможет номинальная шкала:

- Обмен положительными эмоциями
- Сплочение и укрепление семьи
- Познание интересов друг друга
- Ощущение заботы к себе и любви
- Проявление уважения друг к другу
- Обучение полезным навыкам
- Получение новой информации, знаний
- Экономия времени
- Экономия семейного бюджета
- Другое.

Номинальная шкала поможет узнать, что, по мнению респондента, мешает цифровому семейному досугу:

- Несовпадение увлечений и интересов членов семьи
- Незаинтересованность
- Лень, неорганизованность
- Неумение пользоваться Интернетом
- Отсутствие необходимого контента
- Состояние здоровья

- Неумение воспринимать информацию в онлайн режиме
- Нехватка свободного времени у членов семьи
- Отсутствие желания
- Другое.

Третий блок посвящен вопросам, касающихся семейных предпочтений респондента.

Узнать, есть ли у респондента дети в возрасте до 18 лет, нам поможет метрическая шкала:

- Да
- У меня пока нет детей.

Номинальная шкала позволит узнать, какой формат семейного досуга предпочитают респонденты, у которых есть несовершеннолетние дети:

- Заниматься творчеством дома (рисовать, делать поделки и т.д.)
- Заниматься творчеством с помощью онлайн сервисов
- Гулять по городу
- Познавать мир и путешествовать в онлайн режиме
- Посещать детские развлекательные центры
- Играть в компьютерные игры
- Читать литературу
- Слушать аудиокниги
- Ходить в гости к друзьям, родственникам
- Общаться в онлайн мессенджерах с друзьями и родственниками
- Ходить в театр/кино/ музеи
- Виртуально познавать искусство
- Другое.

Номинальная шкала позволит узнать, какие из ниже перечисленных сетевых ресурсов могут заменить респондентам традиционный формат досуга:

- Podborki
- 365done

- Getpocket и Instapaper
- Midomi
- Snapguide
- Firetalks
- NeuroNation
- AdMe.ru
- Smartify
- Coursera
- Native-English
- PriceGrabber
- BonAppetit
- Ни один из предложенных ресурсов.

Узнать, какие чувства у респондента обычно возникают, когда он проводит досуг в кругу семьи, поможет номинальная шкала:

- Эмоциональный подъем
- Моральная усталость
- Гордость за членов семьи
- Стыд
- Чувство выполненного долга
- Безразличие
- Удовольствие, счастье
- Скука
- Другое.

Узнать, совпадают ли желания респондента в плане проведения семейного досуга с желаниями его ребенка, нам поможет порядковая шкала:

- Скорее да, чем нет
- Нет
- Скорее нет, чем да
- У меня пока нет детей.

В заключительном блоке мы узнаем о социально-демографических характеристиках респондента.

Узнать пол респондента нам поможет номинальная шкала:

- Мужской
- Женский.

Интервальная шкала расскажет нам о возрасте респондента:

- 22–39 лет
- 40 лет и старше.

Выявить уровень материального положения респондента нам поможет порядковая шкала:

- Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)
- Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
- Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)
- Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
- Очень трудное (едва сводим концы с концами).

Узнать, какое у респондента образование нам поможет номинальная шкала:

- Среднее
- Среднее специальное
- Неоконченное высшее, высшее.

Узнать семейное положение респондента, мы сможем с помощью номинальной шкалы:

- Женат /замужем
- Состою в отношениях, официально незарегистрированных
- Одинок (а).

Приложение В

Техническое задание на проведение фокусированного, индивидуального интервью

Техническое задание на проведение фокусированного, индивидуального интервью на тему: «Социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга».

В качестве одной из важнейших проблем современной семьи выступает организация свободного времени членов семьи, которая включает в себя семейный досуг. Семейный досуг играет важную роль в поддержании семьи и ее внутреннем развитии. Стоит отметить, что под семейным досугом понимается, исключительно совместная деятельность членов семьи, ведь именно общее занятие может сплотить семью. Помимо сплоченности, обязательно учитывается и обоюдность желаний при выборе досуга, ведь очень важно получить удовольствие от семейного отдыха.

Информационное пространство сети Интернет расширяет возможности человека. Не выходя из дома, человек может посмотреть фильм, спектакль, обучающие видеоролики, заняться самореализацией, получить образование. Распространение информационных потоков, так или иначе, приводит к всеобщей цифровизации общества. В связи с этим проведем социологический анализ мнений родителей об организации культурного цифрового семейного досуга.

Цель исследования: Социологическая оценка родителями культурной цифровой среды современного семейного досуга.

Задачи исследования:

- выявить заинтересованность родителей в проведении досуга со своим ребенком / своими детьми;
- изучить желания и предпочтения родителей в выборе формы досуга
- проанализировать информативность родителей о цифровизации сферы досуга

– определить наиболее доступный способ досуга.

Объект исследования: люди, состоящие в браке, дифференцированные по наличию детей на две равные группы респондентов. Первая группа респондентов включает родителей, имеющих одного ребенка, респонденты второй группы – родители, имеющие от двух и более детей.

Предмет исследования состоит в анализе мнений о цифровом семейном досуге супружеских пар, имеющих одного ребенка и имеющих от двух и более детей, в условиях массового общества.

Обоснование выборки: в качестве респондентов (№ 8) мы выбрали две категории родителей. Первая группа респондентов включала родителей, имеющих одного ребенка, а именно: две матери с одним ребенком и два отца с одним ребенком. Респонденты второй группы – родители, имеющие от двух и более детей, а именно: отец троих детей, мать троих детей, отец двоих детей и мать двоих детей.

На наш взгляд метод фокусированного индивидуального интервьюирования является одним из эффективных методов сбора информации. Только данный метод подразумевает устное общение с респондентами. В процессе интервьюирования можно наблюдать за респондентами, тем самым делать для себя дополнительные пометки. По завершению интервью не остается вопросов без ответа, так как даже если респондент не понял вопрос, его можно пояснить.

Данный метод позволяет наиболее точно и развернуто понять: каков уровень заинтересованности родителей в проведении досуга со своим ребенком / своими детьми, изучить желания и предпочтения родителей в выборе формы досуга, проанализировать информативность родителей о цифровизации сферы досуга, определить наиболее доступный способ досуга.

Метод индивидуального, фокусированного интервьюирования позволяет решить данную проблему, потому что именно в процессе общения с респондентами, мы можем получить развернутый ответ на интересующий нас вопрос. Также окунувшись в проблему исследования, на момент

интервьюирования можно для себя сделать новые выводы по конкретному вопросу.

В качестве респондентов (№ 8) мы выбрали две категории родителей. Первая группа респондентов включала родителей, имеющих одного ребенка, а именно: две матери с одним ребенком и два отца с одним ребенком. Респонденты второй группы – родители, имеющие от двух и более детей, а именно: отец троих детей, мать троих детей, отец двоих детей и мать двоих детей. Интервью носило характер фокусированного, индивидуального, с заранее составленным списком вопросов. План состоял из 15 вопросов, и все они были открытыми, то есть респондент мог свободно отвечать без выбора одного или нескольких вариантов ответа и добавлять различные комментарии, обосновывающие его точку зрения. Вспомогательным инструментом в проведении второго метода стали фотографии, на которых были изображены ситуации семейного досуга.

Системный анализ объекта исследования:

- количество детей
- форма досуга в семье
- цифровизация семейного досуга
- доступность досуга для семьи.

Приложение Г

Анкета

Уважаемый респондент!

Кафедра социологии Опорного Тольяттинского государственного университета, с целью выявления оценки различными социальными группами цифровой среды современного семейного досуга, проводит социологическое исследование на тему: «Социологическая оценка представителями различных социальных групп цифровой среды современного семейного досуга».

Просим Вас по возможности ответить на все вопросы анкеты, выбрав вариант ответа, более точно отражающий Ваше мнение. Отметьте свой вариант кружком. Анкета анонимна. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде. Заранее благодарим Вас за участие в социологическом исследовании!

1. Скажите, пожалуйста, среди видов досуга, какой вид Вы предпочитаете? (Выберите не более трёх вариантов ответа)

1. Посещение театров, музеев, выставок
2. Чтение книг и газет
3. Посещение интерактивных музеев
4. Получение самообразования
5. Онлайн посещение выставочных центров
6. Просмотр фильма
7. Просмотр в Интернете обучающих или развлекательных видео
8. Занятие рукоделием
9. Занятие спортом
10. Другое (напишите) _____

2. Скажите, пожалуйста, с кем Вы предпочитаете проводить свободное время? (Выберите один вариант ответа)

1. С супругой/ супругом
2. С детьми
3. С родственниками
4. С друзьями
5. В одиночестве

**3. Скажите, пожалуйста, где Вы предпочитаете проводить свободное время с семьей (к примеру, в Интернете, дома, на природе)?
Объясните свой выбор.**

4. Скажите, пожалуйста, чем Вы предпочитаете заниматься в свободное время со своей семьей? (Выберите не более пяти вариантов ответа)

1. Смотрим онлайн фильмы
2. Занимаемся онлайн шопингом
3. Выходим на прогулку
4. Занимаемся физкультурой, спортом
5. Виртуально познаем музеи мира
6. Вместе готовим ужин
7. Собираем пазлы
8. Посещаем клубы семейного отдыха
9. Играем в настольные игры
10. Играем в онлайн игры
11. Пользуемся бесплатными полезными сервисами
12. Другое (напишите) _____

5. Что побуждает Вас совместно проводить свободное время с членами Вашей семьи? (Выберите не более пяти вариантов ответа)

1. Стремление к общению

2. Семейные обязанности (супруга, родителя)
3. Общие интересы
4. Желание дать ребенку хорошее воспитание
5. Желание сплотить и укрепить семью
6. Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи
7. Подчинение авторитету членов семьи
8. Желание быть примером для ребенка
9. Стремление лучше узнать своих близких
10. Желание гордиться своей семьей
11. Контроль над членами семьи
12. Желание воплотить образ идеальной семьи
13. Другое (напишите) _____

6. Скажите, пожалуйста, слышали ли Вы о цифровизации культурной досуговой среды (о появлении государственного каталога музейного фонда, о национальной электронной библиотеке, онлайн-трансляций из учреждений культуры, мультимедиа-гид с технологией дополненной реальности)? (Выберите один вариант ответа)

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

7. Скажите, пожалуйста, Вы или члены Вашей семьи пользуетесь цифровыми ресурсами при организации семейного досуга? (Выберите один вариант ответа)

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

8. Что, По Вашему мнению, дают семье современные сетевые ресурсы в организации свободного времени? (Выберите не более трёх вариантов ответа)

1. Облегчают досуг семьи

2. Ограничивают в выборе формы проведения досуга
3. Вносят разнообразие в семейный досуг
4. Отдаляют семью от традиционных способов проведения досуга
5. Способствуют просвещению и развитию семьи
6. Разрушают основную задачу семейного досуга
7. Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок

8. Ухудшают состояние здоровья

9. Другое (напишите) _____

9. В чем, по Вашему мнению, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации? (Выберите не более трёх вариантов ответа)

1. Обмен положительными эмоциями

2. Сплочение и укрепление семьи

3. Познание интересов друг друга

4. Ощущение заботы к себе и любви

5. Проявление уважения друг к другу

6. Обучение полезным навыкам

7. Получение новой информации, знаний

8. Экономия времени

9. Экономия семейного бюджета

10. Другое (напишите) _____

10. Что, по Вашему мнению, мешает цифровому семейному досугу? (Выберите не более трёх вариантов ответа)

1. Несовпадение увлечений и интересов членов семьи

2. Незаинтересованность

3. Лень, неорганизованность

4. Неумение пользоваться Интернетом

5. Отсутствие необходимого контента

6. Состояние здоровья

7. Неумение воспринимать информацию в онлайн режиме
8. Нехватка свободного времени у членов семьи
9. Отсутствие желания
10. Другое (напишите) _____

11. Скажите, пожалуйста, какой формат семейного досуга Вы предпочитаете? (Выберите не более пяти вариантов ответа)

1. Заниматься творчеством дома (рисовать, делать поделки и т.д.)
2. Заниматься творчеством с помощью онлайн сервисов
3. Гулять по городу
4. Познавать мир и путешествовать в онлайн режиме
5. Посещать детские развлекательные центры
6. Играть в компьютерные игры
7. Читать литературу
8. Слушать аудиокниги
9. Ходить в гости к друзьям, родственникам
10. Общаться в онлайн мессенджерах с друзьями и родственниками
11. Ходить в театр/кино/ музеи
12. Виртуально познавать искусство
13. Другое (напишите) _____

12. Как Вы считаете, какие из ниже перечисленных сетевых ресурсов могли бы заменить Вам традиционный формат досуга? (Выберите не более пяти вариантов ответа)

1. Podborki – рекомендации по фильмам, сериалам, книгам, приложениям и сайтам на основе ваших интересов или по определенной тематике.
2. 365done – сайт с чек-листами на все случаи жизни.
3. Getpocket и Instapaper – два лучших сервиса, чтобы отложить интересные статьи и почитать их потом.
4. Midomi – можно найти название песни, просто напев ее мотив.
5. Snapguide – тысячи гидов о том, как сделать что-то своими руками.

6. Narro – превращает любой текст в аудиоподкаст.
7. Firetalks – тут вы сможете создать анонимную беседу, которая доступна только по ссылке или паролю.
8. NeuroNation – сервис, который использует все возможные способы для развития мозга и составит для вас индивидуальную программу.
9. AdMe.ru – виртуальные прогулки по галереям.
10. Smartify – гид по музеям и галереям всего мира.
11. Coursera – бесплатные курсы от преподавателей лучших вузов мира и на разных языках.
12. Native-English – сайт по быстрому изучению английского, как для новичков, так и профессионалов.
13. PriceGrabber – выгодный, безопасный и комфортный шоппинг в магазинах всей планеты.
14. BonAppetit – сервис для любителей высокой кулинарии в домашних условиях.
15. Ни один из предложенных ресурсов.

13. Какие чувства у Вас обычно возникают у Вас, когда Вы проводите досуг в кругу семьи? (Выберите не более пяти вариантов ответа)

1. Эмоциональный подъем
2. Моральная усталость
3. Гордость за членов семьи
4. Стыд
5. Чувство выполненного долга
6. Безразличие
7. Удовольствие, счастье
8. Скука
9. Другое (напишите) _____

14. Есть ли у Вас дети в возрасте до 18 лет: (выберите один вариант ответа)

1. Да
2. У меня пока нет детей (переходите к вопросу №16)

15. Скажите, пожалуйста, совпадают ли Ваши желания в плане проведения семейного досуга с желаниями Вашего ребенка? (Выберите один вариант ответа)

1. Да
2. Скорее да, чем нет
3. Нет
4. Скорее нет, чем да
5. У меня нет детей

Несколько слов о себе:

16. Укажите Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

17. Ваш возраст:

1. 22–39 лет
2. 40 лет и старше

18. Охарактеризуйте, пожалуйста, Ваше материальное положение:

1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)
5. Очень трудное (едва сводим концы с концами)

19. Скажите, пожалуйста, какое у Вас образование?

1. Среднее
2. Среднее специальное
3. Неоконченное высшее, высшее

20. Ваше семейное положение:

1. Женат /замужем
2. Состою в отношениях, официально незарегистрированных
3. Одинок (а).

Спасибо Вам за участие!

Приложение Д

Инструментарий для фокусированного, индивидуального интервью

В инструментарии представлены вопросы для фокусированного индивидуального интервью по теме: «Социологическая оценка родителями культурной цифровой среды современного семейного досуга».

1. Скажите, пожалуйста, сколько у Вас детей? Укажите их возраст.
2. Насколько Вам интересно проводить досуг с детьми (ребенком)?
3. Как часто Вы проводите семейный досуг в кругу Ваших детей (ребенка)?
4. Вы приверженцы активного или пассивного отдыха? Обратите внимание на рисунок Е.1 и рисунок Е.2. В каком из рисунков Вы видите свою семью?
5. На рисунке Е.3 изображена семья, играющая в настольные игры. По Вашему мнению, данная ситуация является проявлением активного или пассивного отдыха?
6. Обратите внимание на рисунок Е.4. Как Вы оцениваете такой вид семейного отдыха? Хотели бы Вы проводить свободное время в кафе вместе с семьей?
7. Что Вы слышали о цифровизации сферы досуга?
8. Как Вы считаете цифровизация семейного досуга способствует укреплению семьи или наоборот отдаляет членов семьи друг от друга?
9. Назовите положительные стороны цифровизации досуговой среды именно для Вашей семьи.
10. Назовите отрицательные стороны цифровизации досуговой среды для Вашей семьи.
11. Готовы ли Вы полностью перейти на цифровую платформу, организуя семейный досуг?

12. Какая составляющая досуга для Вас наиболее важна при выборе досуга (интеллектуальная, культурная, рекреационная, физическая)? Взгляните на рисунок Е.5 и рисунок Е.6. Что Вы предпочитаете: посещение музея или парка?

13. Как Вы считаете, влияет ли доход семьи на полноценное проведение свободного времени всей семьей?

14. Всегда ли «дорогие развлечения» несут положительный эффект?

15. Как Вы считаете, какой формат досуга наиболее доступен для Вашей семьи: цифровой или традиционный?

Спасибо Вам за участие!

Приложение Е

Иллюстрации к фокусированному, индивидуальному интервью



Рисунок Е.1 – Активный семейный досуг



Рисунок Е.2 – Пассивный семейный досуг



Рисунок Е.3 – Семья, играющая в настольные игры



Рисунок Е.4 – Семейный досуг в кафе



Рисунок Е.5 – Семейный досуг в музее



Рисунок Е.6 – Семейный досуг в парке

Приложение Ж

Таблицы распределения

Таблица Ж.1 – Распределение ответов респондентов о наиболее желаемом виде досуга среди множества вариантов

1. Скажите, пожалуйста, среди видов досуга, какой вид Вы предпочитаете?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1.Посещение театров, музеев, выставок	56	28	38	38	18	18
2. Чтение книг и газет	84	42	41	41	43	43
3.Посещение интерактивных музеев	36	18	24	24	9	9
4.Получение самообразования	76	38	17	17	59	59
5.Онлайн посещение выставочных центров	21	11	5	5	16	16
6.Просмотр фильма	97	49	37	37	60	60
7.Просмотр в Интернете развлекательных видео	80	40	59	59	21	21
8.Занятие рукоделием	22	11	2	2	20	20
9. Занятие спортом	52	26	17	17	35	35
10. Другое	3	22	0	0	3	3

Таблица Ж.2 – Распределение ответов респондентов о том, с кем именно респондент предпочитает проводить свободное время

2. С кем Вы предпочитаете проводить свободное время?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент

Продолжение Таблица Ж.2

1.С супругой/ супругом	83	42	47	47	36	36
2.С детьми	52	26	22	22	30	30
3. С родственником	104	52	50	50	54	54
4.С друзьями	103	52	68	68	35	35
5.В одиночестве	60	30	49	49	11	11
Итог	402	201	236	236	166	166

Таблица Ж.3 – Распределение ответов респондентов о том, чем респондент предпочитает заниматься в свободное время со своей семьей

4.Скажите, пожалуйста, чем Вы предпочитаете заниматься в свободное время со своей семьей?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1.Смотрим онлайн фильмы	90	45	39	39	41	41
2.Занимаемся онлайн шопингом	42	21	11	11	31	31
3.Выходим на прогулку	159	80	69	69	90	90
4.Желание дать ребенку хорошее воспитание	48	24	38	38	10	10
5.Желание сплотить и укрепить семью	62	31	31	31	31	31
6.Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи	124	62	50	50	74	74
7. Собираем пазлы	12	6	9	9	3	3

Продолжение Таблица Ж.3

8. Посещаем клубы семейного отдыха	20	10	4	4	16	16
9.Играем в настольные игры	64	32	41	41	23	23
10.Играем в онлайн игры	49	25	34	34	15	15
11. Пользуемся бесплатными полезными сервисами	12	6	8	8	4	4
12. Другое (напишите)	10	5	8	8	2	2
Итого	630	315	297	297	315	315

Таблица Ж.4 – Распределение ответов респондентов о том, что побуждает респондента проводить свободное время с членами его семьи

5.Что побуждает Вас совместно проводить свободное время с членами Вашей семьи?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1.Стремление к общению	124	62	53	53	71	71
2.Семейные обязанности	42	21	19	19	23	23
3.Общие интересы	92	46	55	55	37	37
4.Желание дать ребенку хорошее воспитание	48	24	38	38	10	10
5.Желание сплотить и укрепить семью	62	31	31	31	31	31

Продолжение Таблица Ж.4

6.Желание поддерживать хорошие отношения с членами семьи	124	62	50	50	74	74
7. Подчинение авторитету членов семьи	16	8	14	14	2	2
8.Желание быть примером для ребенка	36	18	30	30	6	6
9.Стремление лучше узнать своих близких	64	32	29	29	35	35
10.Желание гордиться своей семьей	29	15	15	15	4	4
11.Контроль над членами семьи	7	4	4	4	3	3
12.Желание воплотить образ идеальной семьи	5	3	1	1	4	4
13. Другое	2	1	1	1	1	1
Итого	651	326	340	340	301	301

Таблица Ж.5 – Распределение ответов респондентов о том, слышали ли они о цифровизации культурной досуговой среды или нет

6.Слышали ли Вы о цифровизации культурной досуговой среды?	Всего по массиву	Мужской пол	Женский пол

Продолжение Таблица Ж.5

	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Да	149	75	82	82	67	67
2. Нет	36	18	15	15	21	21
3. Затрудняюсь ответить	15	8	3	3	12	12
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.6 – Распределение ответов респондентов о том, пользуются ли они цифровыми ресурсами при организации семейного досуга или нет

7. Скажите, пожалуйста, Вы или члены Вашей семьи пользуетесь цифровыми ресурсами при организации семейного досуга?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Да	113	57	60	60	53	53
2. Нет	65	33	30	30	35	35
3. Затрудняюсь ответить	22	11	10	10	12	12
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.7 – Распределение ответов респондентов о том, что дают семье респондента современные сетевые ресурсы в организации свободного времени

8. Что, дают семье современные сетевые ресурсы в организации свободного времени?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Облегчают досуг семьи	88	44	69	69	19	19
2. Ограничивают в выборе формы проведения досуга	24	12	0	0	24	24
3. Вносят разнообразие в семейный досуг	83	42	49	49	34	34
4. Отдаляют семью от традиционных способов досуга	44	22	12	12	32	32
5. Способствуют просвещению и развитию семьи	87	44	49	49	38	38
6. Разрушают основную задачу семейного досуга	14	7	0	0	14	14
7. Позволяют воспользоваться несколькими формами досуга за короткий срок	80	40	69	69	11	11
8. Ухудшают состояние здоровья	56	28	7	7	49	49
9. Другое (напишите)	2	1	1	1	1	1

Продолжение Таблица Ж.7

Итого	478	240	256	256	222	222
-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Таблица Ж.8 – Распределение ответов респондентов о том, в чем, по мнению респондента, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации

9. В чем, по Вашему мнению, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1.Обмен положительными эмоциями	65	33	30	30	35	35
2.Сплочение и укрепление семьи	52	26	16	16	36	36
3. Познание интересов друг друга	60	30	41	41	19	19
4.Ощущение любви и заботы к себе	17	9	7	7	10	10
5.Проявление уважения друг к другу	34	17	3	3	31	31
6.Обучение полезным навыкам	69	35	48	48	21	21
7.Получение новой информации, знаний	120	60	71	71	49	49
8. Экономия времени	43	22	29	29	14	14
9. Экономия семейного бюджета	52	26	42	42	10	10
10. Другое	12	6	1	1	11	11
Итого	524	262	288	288	236	236

Таблица Ж.9 – Распределение ответов респондентов о том, что, по мнению респондента, мешает цифровому семейному досугу

10. Что, по Вашему мнению, мешает цифровому семейному досугу?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Несовпадение увлечений и интересов членов семьи	60	30	16	16	44	44
2. Незаинтересованность	73	37	39	39	34	34
3. Лень	56	28	36	36	20	20
4. Неумение пользоваться Интернетом	69	35	15	15	54	54
5. Отсутствие необходимого контента	82	41	29	29	53	53
6. Состояние здоровья	30	15	5	5	25	25
7. Неумение воспринимать информацию в онлайн режиме	52	26	49	49	3	3
8. Нехватка свободного времени у членов семьи	52	26	23	23	29	29
9. Отсутствие желания	26	13	19	19	5	5
10. Другое (напишите)	3	2	1	1	0	0
Итого	503	252	232	232	267	267

Таблица Ж.10 – Распределение ответов респондентов о том, какой формат семейного досуга предпочитает респондент

11. Скажите, пожалуйста, какой формат семейного досуга Вы предпочитаете?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Заниматься творчеством дома	73	37	20	20	53	53

Продолжение Таблица Ж.10

2. Заниматься творчеством с помощью онлайн сервисов	47	24	27	27	20	20
3. Гулять по городу	146	73	46	46	100	100
4. Познавать мир и путешествовать в онлайн режиме	30	15	19	19	11	11
5. Посещать развлекательные центры	22	11	9	9	13	13
6. Играть в компьютерные игры	30	15	25	25	5	5
7. Читать литературу	65	33	25	25	40	40
8. Слушать аудиокниги	22	11	17	17	5	5
9. Ходить в гости к друзьям, родственникам	142	71	73	73	69	69
10. Общаться в мессенджерах с друзьями и родными с включенной камерой	39	20	19	19	20	20
11. Ходить в театр/кино/музеи	103	52	43	43	60	60
12. Виртуальное познание искусства	4	2	3	3	1	1
13. Другое	8	4	4	4	4	4
Итого	731	366	330	232	401	401

Таблица Ж.11 – Распределение ответов респондентов о том, какой формат семейного досуга предпочитает респондент

12. Как Вы считаете, какие из ниже перечисленных сетевых ресурсов могли бы заменить Вам традиционный формат досуга?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Podborki	90	45	62	62	28	28
2. 365done	30	15	20	20	10	10
3. Getpocket	47	24	17	17	30	30
4. Midomi	43	22	12	12	31	31
5. Snapguide	43	22	19	19	24	24
6. Narro	22	11	20	20	2	2
7. Firetalks	17	9	10	10	7	7
8. NeuroNation	43	22	19	19	24	24
9. AdMe.ru	47	24	24	24	23	23
10. Smartify	47	24	27	27	20	20
11. Coursera	65	33	45	45	20	20
12. Native-English	65	33	38	38	27	27
13. PriceGrabber	43	22	13	13	30	30
14. BonAppetit	56	28	7	7	49	49
15. Ни один из предложенных ресурсов.	3	2	0	0	3	3
Итого	661	331	333	333	328	328

Таблица Ж.12 – Распределение ответов респондентов о том, какие чувства у респондента возникают, когда он проводит досуг в кругу семьи

13. Какие чувства у Вас обычно возникают, когда Вы проводите досуг в кругу семьи?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Эмоциональный подъем	146	73	50	50	96	96
2. Моральная усталость	13	7	8	8	5	5
3. Гордость за членов семьи	90	45	45	45	45	45
4. Стыд	4	2	4	4	0	0
5. Чувство выполненного долга	52	26	39	39	13	13
6. Безразличие	13	7	11	11	2	2
7. Удовольствие или счастье	155	78	82	82	73	73
8. Скука	9	5	7	7	2	2
9. Другое (напишите)	9	5	5	5	4	4
Итого	491	246	251	251	240	240

Таблица Ж.13 – Распределение ответов респондентов о том, есть ли у респондента дети в возрасте до 18 лет

14. Есть ли у Вас дети в возрасте до 18 лет?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Да	48	24	21	21	27	27
2. У меня пока нет детей (переходите к вопросу №16)	152	76	79	79	73	73
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.14 – Распределение ответов респондентов о том, совпадают ли желания респондента в плане проведения досуга с желаниями его ребенка

15. Скажите, пожалуйста, совпадают ли Ваши желания в плане проведения семейного досуга с желаниями Вашего ребенка?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Да	21	44	9	9	12	12
2. Скорее да, чем нет	20	42	5	5	15	15
3. Нет	4	8	4	4	0	0
4. Скорее нет, чем да	3	6	3	3	0	0
Итого	48	100	21	21	27	27

Таблица Ж.15 – Распределение ответов респондентов о поле респондента

16. Укажите Ваш пол:	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Мужской	100	50	100	100	0	0
2. Женский	100	50	0	0	100	100
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.16 – Распределение ответов респондентов о возрасте респондента

17. Ваш возраст:	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. 22–39 лет	178	89	93	93	85	85
2. 40 лет и старше	22	11	7	7	15	15
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.17 – Распределение ответов респондентов о материальном положении респондента

18. Укажите, пожалуйста, Ваше материальное положение:	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Отличное (практически ни в чем себе не отказываю)	6	3	5	5	1	1
2. Выше среднего (чаще всего не имеем материальных затруднений)	47	24	18	18	29	29
3. Среднее (иногда испытываем материальные затруднения)	120	60	65	65	55	55
4. Ниже среднего (приходится во многом себе отказывать)	18	9	12	12	6	6
5. Очень трудное (едва сводим концы с концами)	9	5	0	0	9	9
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.18 – Распределение ответов респондентов о материальном положении респондента

19. Скажите, пожалуйста, какое у Вас образование?	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Среднее	9	5	4	4	5	5
2. Среднее специальное	27	14	24	24	3	3
3. Неоконченное высшее, высшее	164	82	72	72	92	92
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.19 – Распределение ответов респондентов о семейном положении респондента

20. Ваше семейное положение:	Всего по массиву		Мужской пол		Женский пол	
	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент	абсолютный показатель	процент
1. Женат /замужем	165	83	78	78	87	87
2. Состою в отношениях, официально незарегистрированных	25	13	15	15	10	10
3. Одинок	10	5	7	7	3	3
Итого	200	100	100	100	100	100

Таблица Ж.20 – Распределение ответов респондентов по результатам интервью

Вопрос	Родители, имеющие одного ребенка	Родители, имеющие от двух детей и более
Место цифровизации досуга в семье респондента	Разбираются в современных цифровых новациях в сфере досуга	Владеют информацией о цифровизации досуга на обыденном уровне
Негативный фактор цифровизации досуговой среды	Утрата родительской ответственности	Ухудшение состояния здоровья
Денежный доход	Не влияет на семейный досуг	Влияет на семейный досуг
Предпочитаемый формат досуга	Цифровой	Традиционный
Частота семейного досуга	Регулярно	Чаще в выходные дни

Приложение И

Диаграммы

Диаграмма И.1 – Распределение ответов респондентов о том, слышали ли они о цифровизации культурной досуговой среды или нет



Диаграмма И.2 – Распределение ответов респондентов о том, в чем, по мнению респондента, выражается польза от семейного досуга в условиях цифровизации

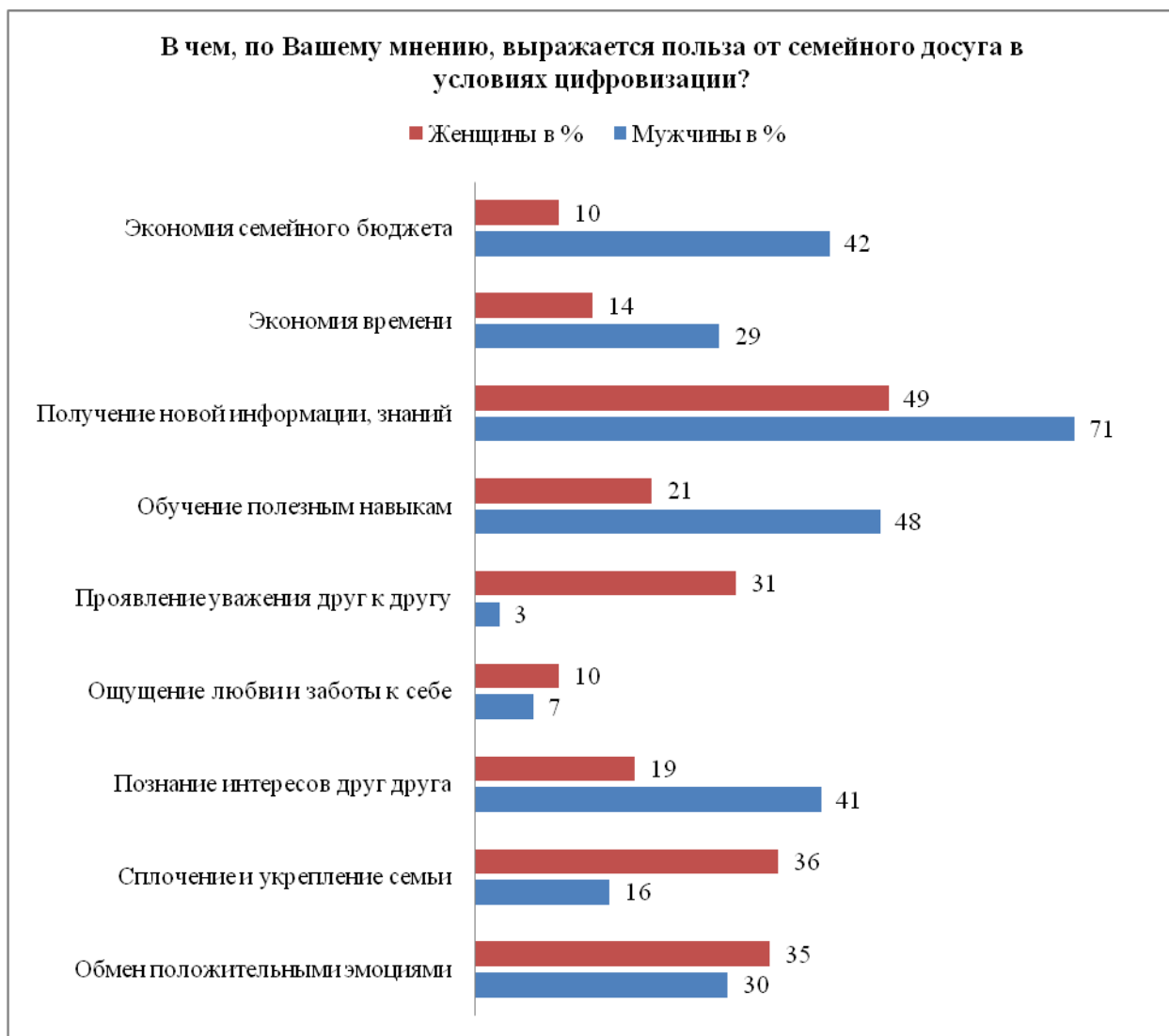


Диаграмма И.3 – Распределение ответов респондентов о том, что, по мнению респондента, мешает цифровому семейному досугу

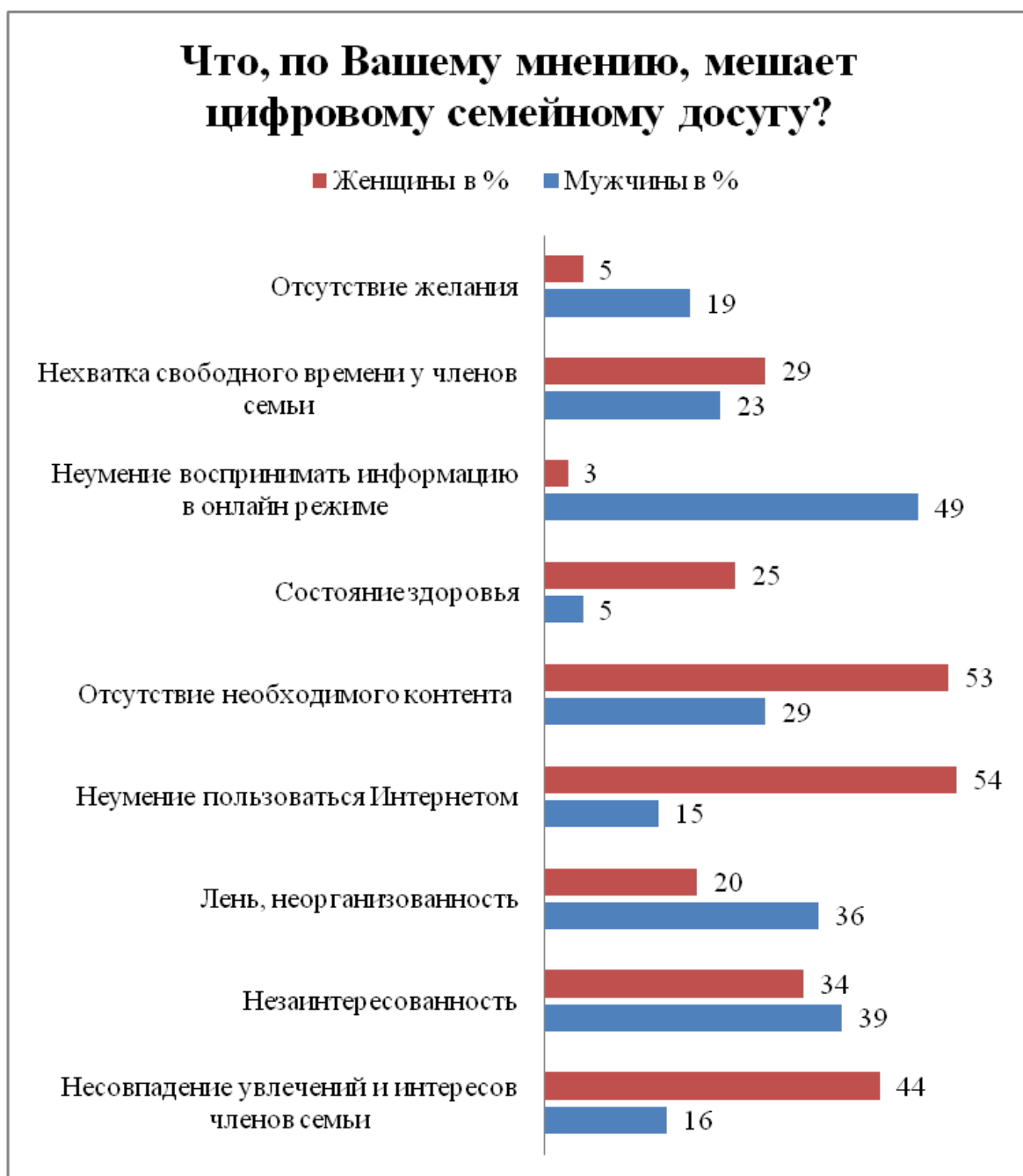


Диаграмма И.4 – Распределение ответов респондентов о том, какой формат семейного досуга предпочитает респондент



Приложение К

Инфографика

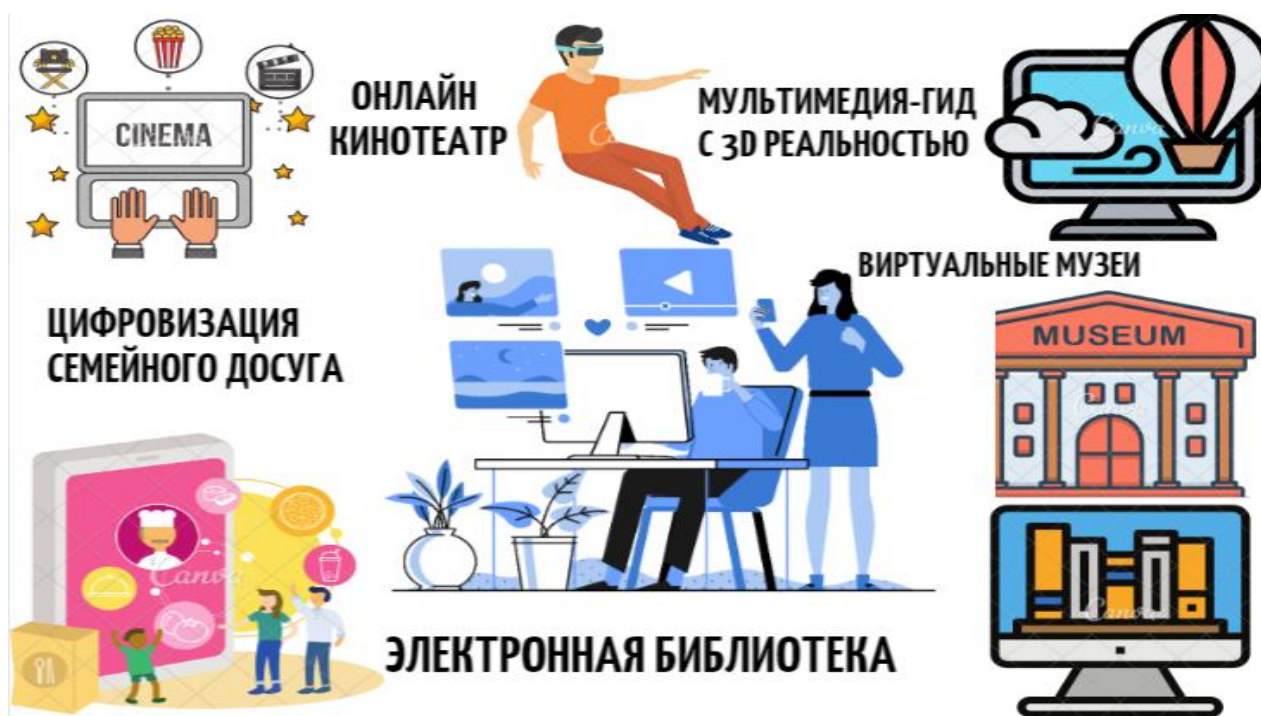


Рисунок К.1 – Составляющие элементы культурной досуговой среды

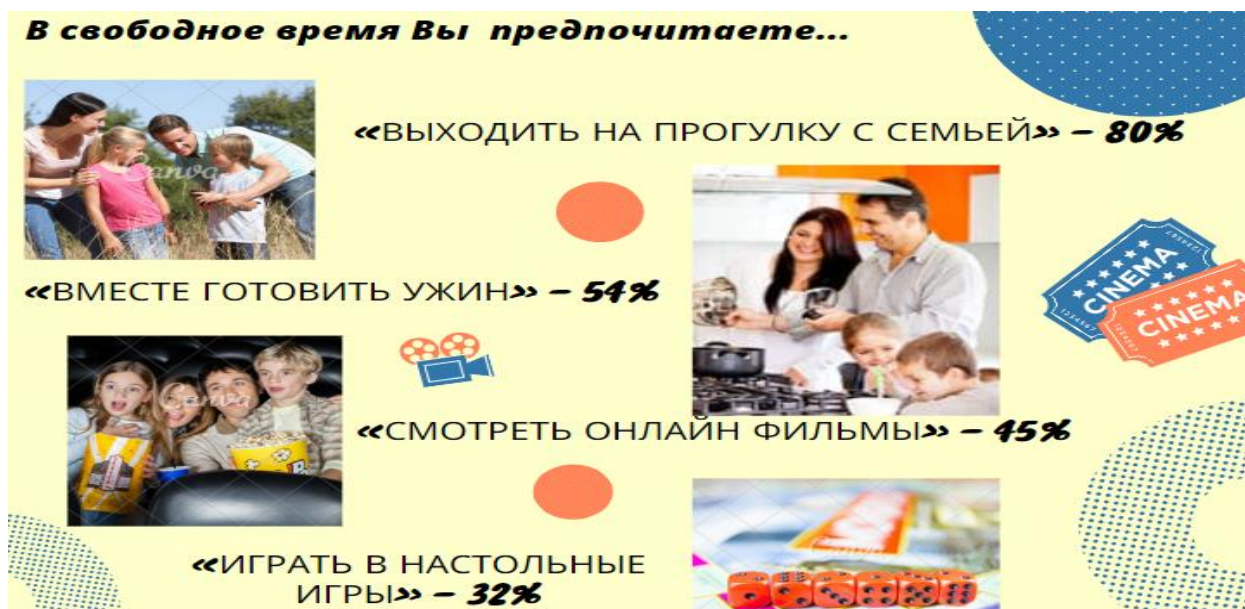


Рисунок К.2 – Распределение ответов респондентов о том, чем он занимается в свободное время с семьёй



Рисунок К.3 – Преимущества проведения семейного досуга онлайн

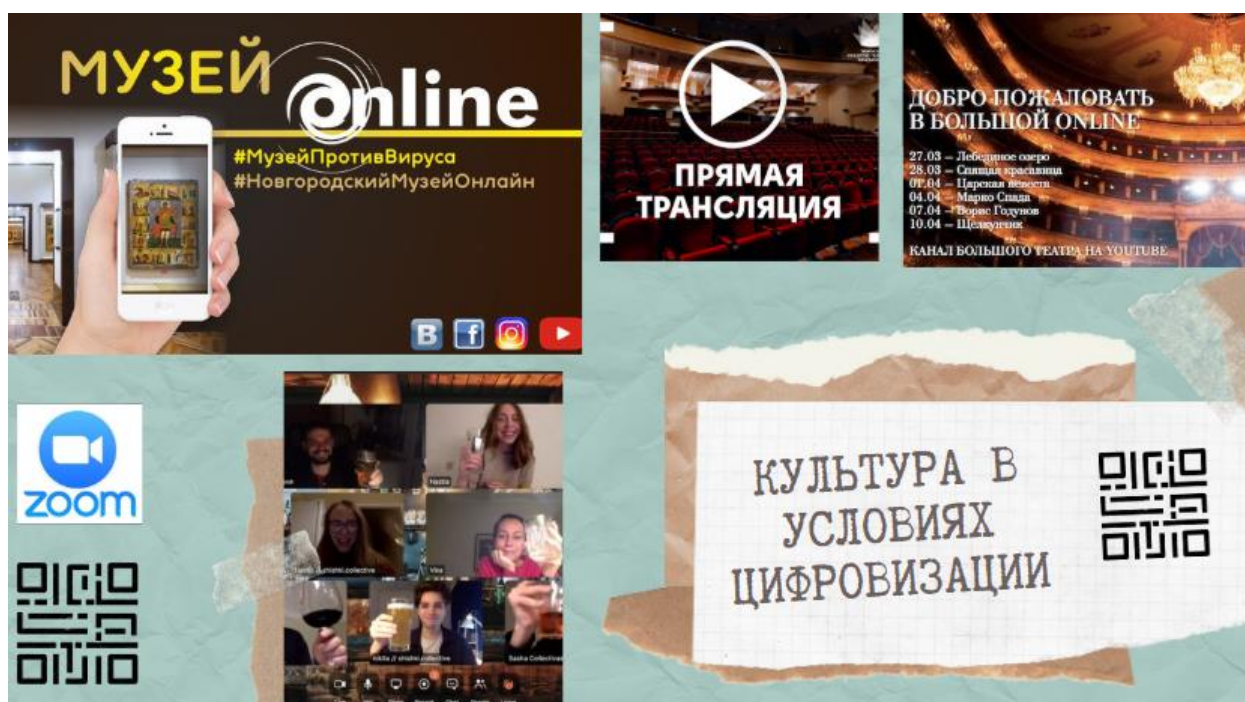


Рисунок К.4 – Новые формы культурной среды в условиях цифровизации

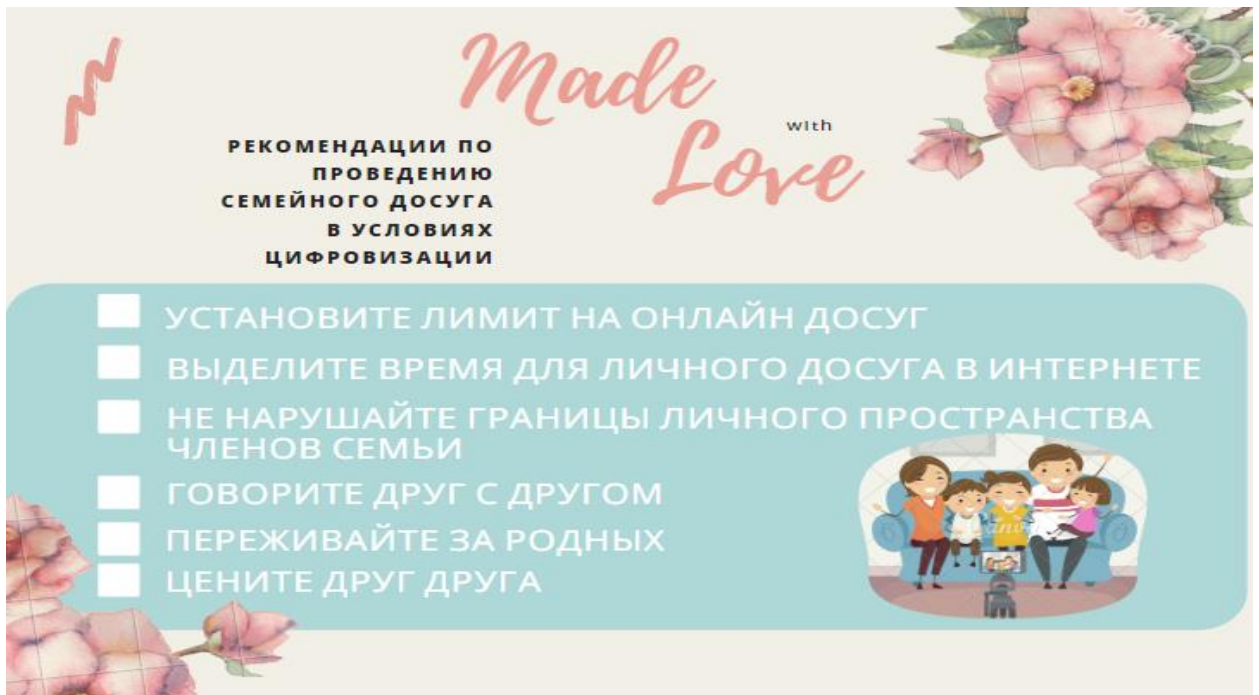


Рисунок К.5 – Практические рекомендации по проведению семейного досуга в условиях цифровизации