

Чаще всего одноклассники уважительно относятся друг к другу и считаются с мнением своих друзей. Больше половины респондентов (70%) отметили, что у их ребёнка не возникало конфликтов с одноклассниками, каждый пятый – что конфликты возникали. Из них 14% родителей отмечают, что конфликты возникали, время от времени, примерно один раз в неделю и 6% респондентов указали на то, что конфликты возникали редко, примерно один раз в месяц. Несмотря на это, дети очень любят общаться друг с другом. Можно предположить, что поскольку у детей редко возникали конфликты с одноклассниками и учителем, то это у них было меньше проблем при адаптации к школе. Таким образом, гипотеза, выдвинутая нами по данной задаче, подтвердилась. Действительно, характер взаимодействия ученика с одноклассниками – дружественный, а конфликты возникают на фоне адаптации детей друг к другу.

По результатам нашего исследования, характер взаимодействия ученика с одноклассниками и учителем оказывает положительное влияние на адаптацию его к школе. Как уже отмечалось выше, это связано с тем, что в школе действует принцип преемственности дошкольного и школьного образования, что существенно облегчает процесс адаптации первоклассников к школьной жизни.

**О.С. Радченко**

## **ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР КАК УЧРЕЖДЕНИЕ ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ**

Актуальность исследования заявленной темы, по-нашему мнению, определяется рядом обстоятельств. Выделим наиболее существенные.

В настоящее время, качественно изменилась сфера досуга молодежи. Она подверглась коммерциализации. В ней расширился диапазон деструктивных явлений, связанных с формированием разного рода психических зависимостей. Наряду с известными и в достаточной степени изученными деструктивными процессами, такими как наркомания, алкоголизм,

интернетзависимость, появились новые формы: гемблинг, стритрейстлерство, шопинг и другие.

В настоящее время социокультурная ситуация характеризуется целым рядом негативных процессов, наметившихся в сфере духовной жизни – утратой духовно-нравственных ориентиров, отчуждение от культуры и искусства детей, молодежи и взрослых, что, возможно, связано с существенным сокращением финансовой обеспеченности учреждений культуры.

Все это приводит к стилевому разнообразию жизни молодых людей. В эти годы изменились ценности, убеждения и потребности. Использование свободного времени молодежью является своеобразным индикатором ее культуры, круга духовных потребностей и интересов. Свободное время является одним из важных средств формирования личности молодого человека.

В русском языке синонимом слова «досуг» является слово «школа», от греческого «схолэ» (школа) – свободное время, досуг или способ использования этого досуга. Поэтому организация досуга не случайно является важнейшим направлением в социологическом анализе.

Досуг – это не просто отдых и проведение свободного времени, это еще личностное и духовное развитие. Таким образом, под досугом мы будем понимать деятельность в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой индивид восстанавливает свою способность к труду и развивает в себе в основном те умения и способности, которые невозможно усовершенствовать в сфере трудовой деятельности.

Итак, раз досуг – деятельность, то это означает, что он не пустое время провождение, не простое бездельничанье и вместе с тем не по принципу: «что хочу, то и делаю». Это деятельность, осуществляемая в русле определенных интересов и целей, которые ставит перед собой человек.

Сфера молодежного досуга имеет свои особенности. Досуг молодежи существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу его специфических духовных и физических потребностей, и присущих ей социально-психологических особенностей (повышенная эмоциональность,

физическая подвижность, динамическая смена настроений). Примечательной особенностью досуговой деятельности молодежи стало ярко выраженное стремление к психологическому комфорту в общении, стремлению приобрести определенные навыки общения с людьми различного социально-психологического склада.

В сегодняшней социально-культурной ситуации молодежный досуг предстает как общественно осознанная необходимость. Общество заинтересовано в эффективном использовании свободного времени людей. Сегодня досуг становится все более широкой сферой культурного досуга, где происходит самореализация творческого и духовного потенциала молодежи и общества в целом.

Молодежный досуг подразумевает свободный выбор личностью досуговых занятий. Он является необходимой и неотъемлемым элементом образа жизни человека. Поэтому досуг всегда рассматривается как реализация, интересов личности, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, оздоровлением и т.п. В этом заключается социальная роль досуга.

Значение данных потребностей чрезвычайно велико, ведь наличия только внешних, хотя бы и определяющих условий, недостаточно для реализации целей всестороннего развития человека. Надо, что бы и сам человек хотел этого развития, понимал его необходимость. Таким образом, активный, содержательный досуг требует определенных потребностей и способностей людей. Несомненно, досуг должен быть разнообразным, интересным, носить развлекательный и ненавязчивый характер.

Новые экономические условия сделали возможным появление особого места проведения досуга – торгово-развлекательного центра.

С развитием инновационных технологий, для претенциозного потребителя на первый план выходит рекреационная составляющая досуга. С этой точки зрения, рынок развлекательных услуг, имеет явный крен в сторону, так называемого, «клуббинга», «тусовочного» формата. Сегодня мы наблюдаем

тенденцию ухода молодежи от традиционных форм проведения досуга в сторону «клубного формата»<sup>1</sup>. Именно такой формат представлен в торгово-развлекательном центре.

Само понятие торгово-развлекательный центр достаточно узкое. Для потребителя – это место, где можно совершить покупки, отдохнуть и повеселиться. Современный торгово-развлекательный центр – это идея концентрации разноплановых форм отдыха в одном здании, это комплексность предоставляемых услуг: кинотеатр, игровая зона, боулинг, каток, пронизанные сетью предприятий общественного питания. Основным потребителем этих услуг является молодежь. Поэтому мы считаем, что важно изучать особенности проведения досуговой деятельности молодежи, в том числе и в таких учреждениях как торгово-развлекательный центр.

**А.В. Цикарева**

## **ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К ПОЛУЧАЕМОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Молодежь, как особая социальная группа, постоянно находится в фокусе исследований социологов, поскольку, именно она является чутким индикатором происходящих перемен и определяет в целом потенциал развития общества. От того, насколько изучен мир ценностей современной молодежи, ее установки, жизненные планы, во многом зависит эффективность разрабатываемых мероприятий в области образования, в сфере труда и занятости.

По данным социологических исследований последних лет, в России наблюдается тенденция падения социальной ценности труда. Следствием этого процесса стал социальный пессимизм значительной части молодых людей, проявляющийся в неверии в возможность получения интересной,

---

<sup>1</sup> Клуббинг – это во многом примитивный отдых, позволяющий сбросить с плеч бремя каждодневной действительности, чтобы затем воссоздать заново свое ощущение мира. Сущность клуббинга – веселье в компании других людей.