

УДК 659.11; 379.8.092

ПРОДВИЖЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ДОСУГА СРЕДСТВАМИ VTL-КОММУНИКАЦИЙ СРЕДИ ДЕТЕЙ СРЕДНЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Ескина А.А.

Научный руководитель канд.филос.наук, доцент Ноздренко Е.А.

Сибирский Федеральный Университет

На сегодняшний день, несмотря на позитивные изменения и успехи российского общества во многих сферах жизни, оно продолжает нуждаться в осмыслении и изменении социально-культурных процессов, протекающих в нем. Необходимо изучать различные направления развития культуры как одного из основных факторов трансформации общества, а также отслеживать и осмысливать факторы, влияющие на ее развитие. Одной из сторон рассматриваемой проблемы можно выделить особенности процессов, происходящих в сфере досуга. Разнообразные формы досуговой деятельности оказывают влияние на становление культуры поведения человека, развитие личностных качеств, формирование его потребностей и интересов, что способствует индивидуальному социально-культурному становлению личности. В связи с этим важность понимания значения содержания, функций и форм досуговой деятельности становится необходимой, поскольку культура досуга определяет основные направления развития общества.

Социокультурная ситуация в современном обществе способствовала формированию у человека представления о досуге как только об отдыхе и развлечениях. И тот факт, что досуг может выступать в качестве способа развития и самореализации человека практически потерял свою актуальность. Более того, теперь для обозначения формы досуга, направленной на удовлетворение более высоких духовных потребностей, необходимо добавлять слово «интеллектуальный» для разграничения с времяпрепровождением, направленным на удовлетворение более низменных досуговых потребностей.

Само понятие «интеллектуальный досуг» в исследовательской литературе практически не разработано. Данный факт лишь подтверждает отсутствие востребованности в данном виде досуговой деятельности, в том числе по причине отсутствия на рынке социально-культурной сферы квалифицированной программы продвижения. В нашем исследовании мы предприняли попытку определения изучаемого понятия, опираясь на анализ двух составляющих данного словосочетания. Начнем с определения термина «досуг». Существует множество подходов к толкованию данного понятия. В рамках данного исследования наибольший интерес представляет следующее определение: досуг - это свободно избираемая, мотивируемая интересами и потребностями личности, опосредованная комплексом социальных, экономических, национально-региональных, этнокультурных и иных факторов деятельность в свободное время, оказывающая влияние на личность в позитивном и негативном плане¹. Другими словами, досуг - это часть свободного времени человека, посредством которого он может реализовать себя с учетом собственных потребностей, предпочтений, уровня интеллектуального развития, социального положения.

Человеческий интеллект – одно из важнейших сущностных свойств личности, общий умственный потенциал человека, степень реализации способностей, которые он целесообразно использует для приспособления к жизни. Интеллект выражает все

¹ Саркисова И.В. Свободное время и духовное развитие молодежи: автореф. дис. ... канд. социол. наук. СПб., 1992. С.8.

умственные функции человека, всю совокупность его познавательных умений: ощущение, восприятие, память, представление, воображение². Интеллект как способность обычно реализуется при помощи других способностей, как то: способности познавать, обучаться, мыслить логически, систематизировать информацию путем её анализа, определять её применимость (классифицировать), находить в ней связи, закономерности и отличия, ассоциировать её с подобной и т. д.³.

Представляет интерес концепция Ж. Дюмазедье, одного из основоположников теории «цивилизации досуга». Исследователь раскрывает понятие досуг как «совокупность занятий, которым личность может предаваться по доброй воле, чтобы отдыхать, развлекаться, развивать свою информацию или образование, свое добровольное социальное участие, – после выполнения профессиональных, семейных и общественных обязанностей»⁴. Ж. Дюмазедье одним из первых сделал попытку выделить и проанализировать три основные функции досуга: отдых, развлечение и саморазвитие личности: 1) отдых предполагает восстановление физических сил, способствует снятию стресса и напряжения; 2) посредством развлечения человек избавляет себя от скуки, что помогает ему обрести душевное равновесие и т.п.; 3) саморазвитие личности способствует раскрытию потенциала творческих, интеллектуальных способностей человека, освобождает его от стереотипного мышления и механистичности действий. Тем самым происходит обогащение духовной составляющей личности, обретение новых смыслов. По его мнению, именно эта функция играет главную роль в развитии культуры, поскольку она вырабатывает у человека творческий способ мышления и сохраняет его на протяжении всей его жизни, способствует гармоничному и полноценному функционированию личности в обществе.

Таким образом, возьмемся определить, что *интеллектуальный досуг – это обусловленная интересами и потребностями личности деятельность, направленная на его самореализацию с целью повышения и воплощения познавательных и творческих способностей. Интеллектуальный досуг – это деятельность, направленная на приобретение и накопление личностью новых знаний, их эффективное применение на практике, а также воплощение интеллектуальных и творческих возможностей человека, что в комплексе позволяет ему успешно функционировать и развиваться в обществе.*

На сегодняшний день вместе с традиционными формами интеллектуальной досуговой деятельности (посещение библиотек, музеев, театров, концертных залов, участие в деятельности клубов при домах культуры и т. д.), широко распространены более современные инновационные ее типы. Например, функционирование различных фестивалей, симпозиумов, флешмобов, где осуществляется деятельность и общение людей со схожими интересами и стремлениями. Все большее распространение сегодня получают тематические выставки, инсталляции, перформансы, направленные на привлечение интереса к культуре и современным формам ее проявления. Мы видим новые форматы функционирования кружков и учреждений клубного типа. Все больше появляются кафе с возможностью выбора и чтения книг. Имеет место распространение «антикафе», цель которых сплотить единомышленников не с помощью приема пищи, а посредством совместных занятий, просмотров фильмов, чтения книг и т.п. Также все больше развивается рукоделие, декоративно-прикладное искусство.

² Интеллектуальный досуг жителей мегаполисов: теория и современная практика: монография / Г. Л. Рукша, А. Л. Нужная. – Красноярск, 2008.

³ Марков А. Эволюция человека. Обезьяны, нейроны, душа. М.: Астрель. 2011. - 512 с.

⁴ Дюмазедье, Ж. На пути к цивилизации досуга / Ж. Дюмазедье // Вестник Московского университета. Серия 12. Социально-политические исследования. – 1993. – № 1. – С. 87.

Современные формы досуговой деятельности, направленные на развитие интеллектуального потенциала, сегодня приобретают все большую, часто не вполне осознанную, распространенность в молодежной среде. Между тем, как показывают исследования, тенденции развития современного общества напрямую связаны с развитием интеллектуального потенциала молодого поколения. И в этом контексте особую актуальность, на наш взгляд, представляет идея продвижения перспективности и необходимости включенности интеллектуальных форм досуговой деятельности в план жизни детей среднего школьного возраста. Нам интересен этот возраст в контексте изучаемой проблематики, прежде всего, как тот самый переходный, когда социальная активность подростка начинает вступать во взаимодействие с внешним миром. И этот внешний мир должен предложить сделать «правильный выбор» в отношении организации собственного досуга.

Безусловно, по мнению многих психологов, средний школьный возраст (от 11-ти до 15-ти лет) точно нельзя назвать простым в жизни каждого человека. В процессе перехода от детства к юности происходит глубокая перестройка всего организма. Это период жизни, когда физическое, умственное, нравственное и социальное начала являются основным содержанием взаимодействия с внешним миром. Подросток социально активен, строит отношения со взрослыми, сверстниками, но также особое значение уделяет собственной личности, проектируя себя на будущее, ставя в центр свои задачи, цели, рассматривая пути их реализации. Дети данного возраста хотят чувствовать себя взрослыми, стремятся быть ими⁵. С целью выявления актуальных форм продвижения интеллектуального досуга обозначим ряд возрастных особенностей детей среднего школьного возраста:

- *Избирательность внимания.* Это значит, что дети откликаются на необычные, захватывающие занятия, а быстрая переключаемость внимания не дает возможности сосредотачиваться долго на одном и том же деле.

- *Критичность восприятия.* У ребенка появляется свое мнение, которое он демонстрирует как можно чаще, заявляя о себе. Дети в этот период склонны к спорам и возражениям, слепое следование авторитету взрослого снижается.

- *Восприятие подростка становится более целенаправленным, организованным и планомерным, чем у младшего школьника.* Определяющее значение имеет отношение подростка к наблюдаемому объекту⁶. *Рефлексия на себя, на других, на общество.* Происходит открытие мира психического, внимание подростка впервые обращается на других лиц. С развитием мышления наступает интенсивное самовосприятие, самонаблюдение, познание мира собственных переживаний. Разделяется мир внутренних переживаний и объективная действительность⁷.

- *Становятся характерными значительные сдвиги в мышлении, в познавательной деятельности.* В отличие от младших школьников подростки уже не удовлетворяются внешним восприятием изучаемых предметов и явлений, а стремятся понять их сущность, существующие в них причинно-следственные связи. На этой основе осуществляется абстрактное (понятийное) мышление и логическая память.

- Еще одной возрастной чертой среднего школьника выступает *подражательность*. Ребенок склонен к выбору кумира для себя и пытается соответствовать.

⁵ Выготский Л. С. Собрание сочинений в 6 томах. – М., 1984. – Т. 1. – С. 376.

⁶ Мудрик А. В. Общение в процессе воспитания. Учебное пособие. – М.: Педагогическое общество России, 2001. – С. 118 – 119.

⁷ Интенсивная семейная терапия на дому. Практическое руководство / Под ред. Ю.В.Сомовой, Т.Баллдина. – М., 2007. – 176 с.

В рамках данной работы в январе-феврале 2014 г. нами проведено качественное социологическое исследование в форме экспертного интервью. Цель – составить собирательный образ современного подростка среднего школьного возраста, проживающего в условиях городской среды. В качестве экспертов выступили специалисты по работе с детьми данного возраста: Грачева Алена Викторовна, учитель английского языка гимназии №9 г. Усолье-Сибирское; Самойлова Инесса Андреевна, школьный психолог гимназии № 16 г. Красноярск; Пчелкина Дарья Сергеевна, преподаватель истории искусств ДХШ №1 им. В. И. Сурикова г. Красноярск; Симонова Елена Александровна, учитель истории лицея №2 г. Красноярск; Филина Татьяна Александровна, учитель русского языка и литературы гимназии № 9 г. Усолье-Сибирское.

Экспертное интервью включало пять вопросов:

1. Какими эпитетами вы можете описать современного школьника среднего звена?
2. На Ваш взгляд, какие ценности, цели и установки у сегодняшнего школьника?
3. Каково отношение детей среднего школьного возраста к интеллектуальному досугу? По Вашему мнению, какие формы для них в приоритете, а какие нет, и почему?
4. Каким образом можно привлечь интерес современных школьников к досугу интеллектуальной направленности?
5. Назовите приоритетные и авторитетные средства массовой коммуникации (СМИ, реклама, PR, семья, школа(общение с учителями и сверстниками), внеучебные организации, Интернет) для детей данного возраста.

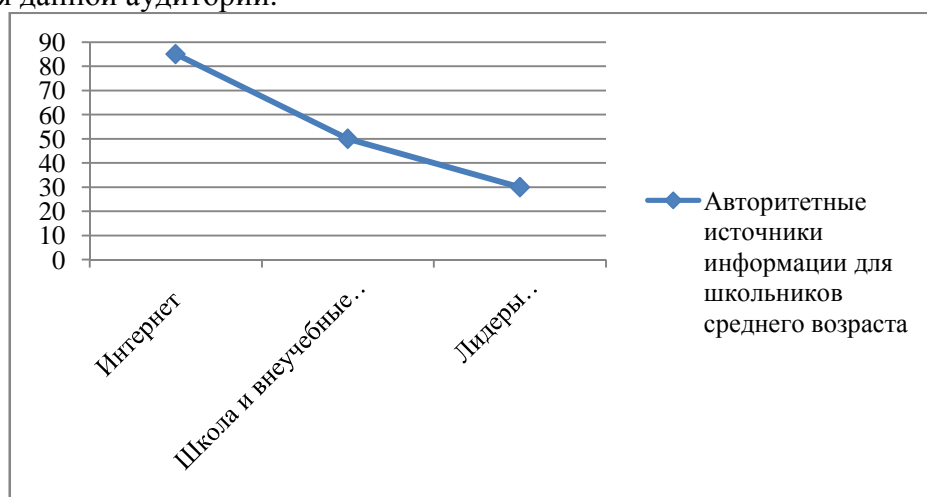
Результаты исследования. По мнению экспертов, современный подросток среднего школьного возраста, проживающий в условиях городской среды эмоциональный, своенравный, самостоятельный и легко адаптируемый, но вместе с тем неопределенный, пассивный человек, которого нелегко чем-то заинтересовать. Понимание ценностей у сегодняшних подростков не подходит под описание морально-нравственных. Конечно, все зависит от воспитания и личности самого школьника, и для кого-то сохранилась приверженность к семейным ценностям, уважению к старшим. Но все-таки в большинстве случаев приоритетом выступают общение, желание занять свое место, найти друзей и единомышленников. Нравственные идеалы формируются под воздействием СМИ и улицы. Также отмечено преобладание стремления именно к материальным ценностям.

Что касается отношения самих школьников к интеллектуальному досугу, то тут стоит отметить, что существует определенное количество детей (около 30%), которые активны, понимают необходимость саморазвития и стремятся к этому. Но все эксперты сошлись во мнении, что все современные школьники открыты к интеллектуальному досугу, но мало об этом проинформированы, их внимание сложно привлечь и по-настоящему заинтересовать. В силу этого большей популярностью среди подростков пользуются традиционные формы интеллектуального досуга, такие как музыкальные, художественные, спортивные организации, куда принято ходить или куда их принудительно отправляют родители. Выбор форм интеллектуального досуга у современных школьников обусловлен потребностью занять комфортное место в социальной группе, самоопределиться, быть оцененным и принятым. Поэтому ребята зачастую стремятся к различным творческим объединениям, где можно себя показать и проявить.

По мнению экспертов, привлечь внимание и вызвать интерес школьников к современным формам интеллектуального досуга нелегко, но возможно. И здесь сказывается специфика возраста: избирательность внимания, критичность восприятия и

стремление проявить свою самостоятельность, следовательно, стремление избежать зависимости от контроля и мнения взрослых.

Таким образом, для повышения интереса подростков к интеллектуальному досугу и его различным формам в первую очередь, необходимо учить их самостоятельно находить актуальную и ценную для них информацию. Во-вторых, нужно все показывать наглядно и привязывать это к результату, чтобы подростки видели, к чему нужно стремиться; необходимо предоставлять им возможность пробовать, испытывать себя в различных сферах. В-третьих, стоит использовать в качестве примеров для подражания ярких, успешных, целеустремленных молодых людей и лидеров общественного мнения. Также нельзя забывать о влиянии семьи, школы, а также СМИ, которые способны выступать не просто каналом передачи информации, но и формировать определенный образ жизни. Среди авторитетных средств массовой коммуникации эксперты выделяют в первую очередь интернет, а именно социальные сети, где современные школьники общаются, узнают интересную для себя информацию о людях, событиях, встречах и мероприятиях. Далее, школа и внеучебные организации досуга, как место взаимодействия со сверстниками. Также в качестве приоритетного средства коммуникации выступают лидеры общественного мнения данной аудитории.



Учитывая особенности исследуемой целевой аудитории, формировать интерес к интеллектуальному досугу и оказывать влияние стоит ненавязчиво, мягко и косвенно. Воздействие на школьников должно оказываться так, чтобы у них создавалось ощущение самостоятельности принимаемого ими решения, независимости формируемого мнения. В качестве одного из эффективных средств продвижения современных форм интеллектуального досуга выделим BTL-коммуникации. BTL – это комплекс маркетинговых коммуникаций, отличающихся от прямой рекламы тем, что он позволяет доносить рекламное сообщение или призыв к приобретению непосредственно к индивидуальному потребителю, сообщение в этом случае носит максимально личностный и индивидуальный характер, место воздействия максимально приближается к месту продажи или к месту, где принимается решение о покупке⁸.

Полагаем, что среди различных BTL-технологий наиболее актуальные и эффективные для данной специфической целевой аудитории являются:

Product Placement (PP) – прием скрытой рекламы, который предполагает размещение, демонстрацию, упоминание торговой марки товара или услуги в

⁸ Бернетт Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернетт, С. Мориарти. — СПб., 2001.

художественных произведениях и произведениях индустрии развлечений (книга, кино, музыкальный клип, телевизионная передача, театральная постановка, концерт, компьютерная игра и т.д.). Это ненавязчивое размещение рекламы, которое не вызывает отторжения, поскольку упоминается как бы вскользь. Следовательно, данный метод эффективен, в силу того, что, как правило, современные школьники смотрят, слушают, читают и изучают то, что им действительно интересно, вызывает у них эмоциональную привязанность и желание подражать. К тому же Product Placement выступает как наглядный пример проявления интереса к интеллектуальным формам досуговой деятельности.

Паблик рилейшнз (PR) — это содействие установлению взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами людей или обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции (Словарь Уэбстера) PR-это общественная коммуникация, которая взаимодействует с более широкой аудиторией, чем реклама. Паблик рилейшнз в отличие от рекламы и пропаганды воздействует более мягко и менее навязчиво. Он позволяет побудить людей к действию, и наоборот, добивается согласия общества с продвигаемой идеей. Один из эффективных приемов PR – использование лидеров общественного мнения, что для современных школьников, безусловно, имеет особую актуальность. Ведь, по результатам исследования, выявлено, что для них важно наличие авторитета, образца для подражания. Это могут быть и как известные люди (актеры, певцы, артисты, писатели и т.д.), так и просто активные, талантливые, успешные молодые люди. Важным условием эффективности данных технологий для достижения цели является использование целесообразных каналов связи с подростковой аудиторией. Приоритетным средством коммуникации выступает сеть Интернет: различные социальные сети, паблики, интернет-сайты и т.п.

Special Event (в рамках событийного маркетинга) – это мероприятия, проводимые организацией в целях привлечения внимания общественности к самой организации, её деятельности и продуктам. Во время проведения таких мероприятий между организацией и аудиторией возникает эмоциональный контакт и привязанность, что дает возможность влиять на целевую аудиторию более тонко, мягко и эффективно. В таком случае школьники имеют возможность непосредственно попробовать, испытать и найти интересную для себя форму интеллектуального досуга. Подросток на таких мероприятиях имеет возможность увидеть и оценить результат своих действий, что является необходимым условием обеспечения эффективной коммуникации.

Таким образом, необходимость развития общества в сфере интеллектуальных форм досуговой деятельности становится все более актуальной и востребованной. Наше исследование показало, что современных подростков становится все сложнее чем-либо заинтересовать. Но, несмотря на это, они имеют потребность в интеллектуальном досуге, саморазвитии, и как следствие - в общении, определении своего места в жизни. По мнению экспертов, лишь малая часть школьников среднего возраста (30%) заняты в той или иной области интеллектуального досуга. Такая ситуация обусловлена тем, что данная аудитория мало информирована в этом вопросе. Так как на сегодняшний день наибольшее влияние на современного подростка оказывают СМК, нам представляется целесообразным продвижение разнообразных форм интеллектуального досуга с помощью VTL- технологий. На наш взгляд, этот комплекс мер учитывает специфику данной целевой аудитории и благодаря своим отличительным чертам мягко и целенаправленно продвигает идею самосовершенствования и интеллектуального развития.