

## ВЛИЯНИЕ ДОСУГА НА СОЦИАЛЬНУЮ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНТОВ

*Ефимова Ксения Павловна*

*Студент (бакалавр)*

Ульяновский государственный университет, Россия

*E-mail: zusmanmax@rambler.ru*

Существуют разные определения активности. Во-первых, её можно рассматривать, как форму добровольного взаимодействия с обществом, приносящее моральное, творческое или психологическое удовольствие от реализации своих интересов или обучения чему-то новому. Во-вторых, активность студентов – это вид личной деятельности в рамках какой-то деятельности, подчиняющейся заранее заданным данным видом активности правилам [2]. Для выявления взаимосвязи между досуговой деятельностью и активностью студентов, необходимо рассмотреть факторы, влияющие на активность студента. Одним из главных аспектов является личностная реализация, как фактор, способствующий отсутствию деструктивных мыслей [4]. Следующим аспектом является погружение студента в различные виды активности. Процесс обучения для студентов на первом курсе является большим психологическим стрессом, однако на следующих курсах стресс сменяется усталостью, и закономерной является необходимость смены умственной нагрузки на, к примеру, спортивные занятия или более простой и приятный для обучающегося вид активности. Всесторонняя развитость вуза и, хотя, данный фактор не относится напрямую к студенту, но и при опосредованном воздействии оказывает влияние на него. Любая деятельность, направленная на привлечение определенного количества заинтересованных студентов, нуждается в какой-либо рекламе. Зачастую старшекурсникам приходится заниматься маркетингом для студентов младших курсов. При этом, чем более разрекламированным будет тот или иной вид деятельности, тем большее количество людей будут знать о нём, и, собственно, о самом вузе. Логично предположить, что такой вид саморекламы кружков, научных собраний или других собраний студентов сделает их популярными, и, как результат, сам вуз будет интереснее абитуриентам, которые поступив в него, с большим интересом вступят в СНК [1]. Ю.А. Стрельцов выявил следующие аспекты досуговой деятельности: свобода от обязанностей (человек, участвующий в досуге делает это на добровольной основе, а к нему не применимы строгие правила, ограничивающие его действия в рамках этой деятельности), возможность сделать выбор (любая деятельность подразумевает её добровольный выбор любым человеком), компенсаторная функция (любая досуговая деятельность помогает вам получить что-то, чего вы можете быть лишены в других сферах: эмоции, опыт, новые знания, полезные знакомства и т.д.) [5].

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что студенты не настроены против студенческой активности и осознают её преимущества, как духовные, так и материальные. Однако для преодоления пассивности, психологической неуверенности, инертности мышления и формирования заинтересованности важно показать им, как устроены объединения, затронув не только структуру каждой организации, но и дать им самостоятельно «проникнуться духом» данного содружества [3]. Можно проводить различные мастер-классы и тренинги, направленные на развитие их социальности и осознания себя не только как личности, но и члена общества, вклад в которое они делают уже сегодня. Положительное влияние также оказывают участники кружков, содружеств и СНК друг на друга в индивидуальном порядке и именно вуз первым будет определять, каким оно будет и как повлияет на студента в его жизни и всестороннем развитии. Социализация любой группы

людей – важная часть их интеграции в общество. Досуг, организатором которого выступает вуз и студенческая среда, направлен на поиск единомышленников, получение платформ для высказываний своего мнения или получения дополнительной информации об их профессии. Следовательно, внеучебная деятельность должна найти не только способы рассказать о себе студентам, но и поощрять их активность в этой деятельности. Личность, вливаясь в какой-то коллектив, развивает свою социальную позицию и становится активным членом общества. Впоследствии индивид участвует в формировании общественного поведения и мировоззрения.

### Источники и литература

- 1) 1. Абдульманов С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент- маркетинге и бренд- журналистике. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 216 с. 2. Культурно-досуговая деятельность в ВУЗе как фактор профессионального становления студентов – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.ncfu.ru/export/uploads/Dokumenty\\_Nauka/SKFUelibrary\\_29968862\\_33371713.pdf](https://www.ncfu.ru/export/uploads/Dokumenty_Nauka/SKFUelibrary_29968862_33371713.pdf) 3. Психология: учебное пособие / Отв. ред. Е.В. Казакова, М.В. Корехова, Э.В. Леус; Сев. (Арктич.) федер. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: Издательство «РАО», 2018.– 237 с. 4. Стало известно, сколько часов студенты тратят на подготовку к сессии дома (опрос) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/vuzexpert/stalo-izvestno-skolko-chasov-studenty-tratjat-na-podgotovku-k-sessii-doma-5ebfbb9ea23e1560113eff91> 5. Стрельцов Ю. А. Культурология досуга: учеб. Пособие. – М.: МГУКИ, 2002. – 178 с