

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОСЕЩЕНИЕ НОЧНЫХ КЛУБОВ

Ночные клубы - достаточно новое явление для российской действительности. Они появились около 12 лет назад и прочно заняли свое место в структуре досуговых организаций.

Рамки статьи не позволяют в полной мере рассмотреть специфику ночных клубов, поэтому мы решили остановиться на анализе ведущих факторов.

Проведенное нами социологическое исследование в феврале 2006 года (исследование проводилось методом опроса, в выборочную совокупность вошло 200 посетителей ночных клубов, помимо этого данные были дополнены 13 глубинными интервью с организаторами ночных клубов и 12 эссе с постоянными посетителями ночных клубов старше 25 лет) позволило выделить следующие группы факторов.

Одной из основных групп факторов, влияющих на посещение ночных клубов, является социально-демографические. Кажется естественным, что люди в возрасте старше 60 лет редко являются посетителями ночных заведений, как впрочем, и люди, которые не могут себе этого позволить ввиду своего материального положения. Мы обратимся к характеристикам, которые во многом детерминируют посещение клубов.

Исследование показало, что в ночные клубы ходят как женщины, так и мужчины. Однако периоды наиболее активного посещения ночных клубов у них приходится на разные возрастные интервалы. Так девушки, которым еще нет 18 лет, встречаются в ночном клубе в 2 раза чаще, чем молодые люди этого же возраста. В возрасте от 19 до 23 лет активность обоих полов по посещению клубов становится примерно одинаковой, зато период от 23 до 25 характеризуется в 3 раза большим преобладанием мужчин по сравнению с женщинами. В период 25-29 лет мужчины встречаются в клубе в 4,5 раза чаще по сравнению с женщинами.

Среди опрошенных оказалось 88% студенческой молодежи, 69,5% опрошенных в настоящее время являются студентами 3-4 курсов ВУЗов, 15,5% – 1-2 курсов, 3% - техникумов. Среди студенческой молодежи, посещающей ночные клубы, наиболее часто встречаются гуманитарии (31,6%), художники-архитекторы (21,8%) и представители технических специальностей (21,2%), реже встречаются экономисты и изучающие социальные дисциплины, а совсем редко медики и представители естественных наук. Но, несмотря на то, что большинство опрошенных оказались студентами, 40% респондентов уже имеют самостоятельный заработок или приработок. Так же в ходе исследования была зафиксирована тенденция к «старению» посетителей ночных клубов. То есть, нельзя сказать, что посетителями ночных клубов является только молодежь, существуют клубы, посещаемые в большей степени представителями старшего поколения. Даже в молодежных клубах всегда можно встретить людей старше 35 лет. Соответственно, данная категория посетителей уже имеет постоянный заработок, как правило, самостоятельно ведет домохозяйство и, безусловно, реже, чем молодежь, но все-таки достаточно регулярно посещает ночные клубы.

Исследование показало, что материальный фактор (совокупный доход на члена семьи) не определяет частоту посещения ночных клубов. Ночные клубы посещают, как члены, имеющие низкий и средний уровень дохода, так и высокий.

Фактор наличия семьи естественным для посещения клубов. Среди посетителей ночных клубов, конечно, чаще встречаются не женатые /не замужние респонденты (76,3%), а люди, состоящие в зарегистрированном браке, посещают ночные клубы гораздо реже.

Ведущим фактором, влияющим как на посещение клубов, так и на информированность клубберов, является референтная группа клуба. Внутриклубная референтная группа стано-

вится и основным источником информации о ночных клубах (88,4% ответивших получают информацию о клубах от друзей и знакомых и 56,8 % ответивших считают этот источник наиболее удобным и достоверным). Исследование выявило новую тенденцию использования Интернет как наиболее удобного источника информации о ночных клубах. Безусловно, это связано с развитием сети и компьютеризацией жизни. Это говорит о том, что переход клуббинга из субкультуры в досуговость во многом связан с обезличиванием, виртуализацией отдельного индивида (тенденция, характерная для информационного общества в целом). Но, тем не менее, внутриклубное общение продолжает существовать. В соответствии с наличием референтной группы можно обозначить наиболее «тусовочные» клубы г. Екатеринбурга: «Посторонним-В», «Снег», «Сети» и т.д., клубы, где наиболее сильное социальное взаимодействие происходит внутри референтной группы.

Важным фактором, влияющим на посещение ночных клубов, являются ценностные ориентации их членов. Ценностные ориентации клубберов во многом определяют посещение, а так же мотивацию на дальнейшее посещение ночных клубов.

Рассматривая ценностные ориентации посетителя ночных клубов, можно сказать, что на первом месте для посетителей ночных клубов стоит семья, на втором – здоровье и образование, на третьем – любовь и карьера, на четвертом – общение с друзьями, на пятом – отдых и развлечения, на шестом – социальный статус.

Эта шкала ценностей вступает в противоречие с частотой посещения клубов. Так кажется странной значимость здоровья и образования у респондентов, посещающих ночные клубы не реже 2-3 раз в неделю. Это можно объяснить отчасти тем, что многие ответы были либо недостаточно искренни, либо сами опрошенные неадекватно оценивают соотношение между идеальным в их представлении и действительным. На самом деле, сложно совмещать частое посещение ночных клубов с активностью во время учебных занятий и со здоровым образом жизни. Так у многих клубберов (посещающих клубы не реже 2-3 раз в неделю) происходит смещение суточного распорядка, день становится для них временем сна. Поскольку при таком нарушении режима организм человека начинает быстро изнашиваться, поэтому многие частые посетители не выдерживают длительного и частого посещения ночных клубов, что опять же приводит к текучести клубберов, «тусовка» очень часто переживает качественные изменения состава. Возвращаясь к ценностям посетителей клубов, можно сказать, что 37,7% ответивших отдают предпочтение посещению любимого клуба, а не подготовке к важному дневному занятию; 25,7% предпочитают домашний отдых, подготовку к важному дневному занятию; 24,6% склонны к проведению вечера с любимым человеком (включая посещение ночного клуба вместе с ним \ с ней). Причем к проведению вечера с семьей имеют склонность, в основном, представительницы женского пола. Многие же мужчины согласны пойти в ночной клуб и там познакомиться с другой девушкой. Именно посетители мужского пола более положительно относятся и к случайным половым связям, которые могут являться результатом посещения клуба. 82,6% ответивших в данной ситуации, выбирая проведение досуга в клубе вместо подготовки к важным делам следующего дня, отдают предпочтение «клубной ночи», а с утра заняться делами; 17,4% - предпочитают вернуться пораньше из клуба домой, чтобы выспаться и подготовиться. Таким образом, большинство живут по перефразированной пословице «потехе – время, а делу – час».

Таким образом, можно сказать, что посещение ночных клубов детерминруется рядом факторов: социально-демографическими, наличием внутриклубной референтной группы и «атмосферью», наличием хобби и досуговых занятий помимо посещения ночных клубов, ценностными ориентациями.