

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СУЩНОСТЬ ДОСУГА В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНУЮ ЭПОХУ

С начала XXI в., периода вхождения в постиндустриальное общество, наблюдается существенный рост значимости досуга как общественной ценности. За последние годы активность людей в сфере досуга приобрела новое качество. Досуг давно стал пространством активной социально-культурной деятельности, областью активной самореализации и самоактуализации человека, наконец, средством развития культуры. Прежние средства, методы, формы работы в сфере свободного времени пересматриваются, переосмысляются. Использование человеком свободного времени является ярким индикатором его культуры, круга духовных потребностей и интересов конкретной личности или определенной социальной группы.

В этой связи особый интерес представляет рассмотрение сущности досуговой деятельности в постиндустриальном обществе. Постиндустриальное общество – современная стадия социально-экономического развития, на которую вступили индустриально развитые страны Запада и Япония в последней четверти XX в. Постиндустриальное общество – это общество, в экономике которого в результате научно-технической революции приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, доминирующим производственным ресурсом являются информация и знания.

Специалисты отмечают, что наиболее заметными процессами, характеризующими современное общество, будут процессы информатизации, но нельзя не отметить, что наряду с ними происходят и другие, не менее знаковые для эпохи события, например смена мировоззренческих установок, изменение подходов в научном познании, пересмотр ориентиров в социально-политической практике и т.д.

Постиндустриальная стадия характеризуется переходом от товаропроизводящей экономики (production economy) к так называемой обслуживающей экономике (service economy). Основной сферой занятости и источником дохода становится не только и не столько промышленность, сколько гуманитарные отрасли и сфера услуг. Характерной чертой постиндустриального

общества является переход от реальной экономики к так называемой экономике символов, основным продуктом которой становится бренд, который позволяет получать экономические выгоды от внеэкономических благ.

Досуг в современном мире определяется как деятельность, отношения в рамках свободного времени, направленные на удовлетворение определенных социально-культурных потребностей человека. Основными социально-культурными потребностями человека в свободное время являются следующие: потребности в отдыхе и развлечениях, познании, творчестве, общении, в празднично-зрелищной культуре. Именно на удовлетворение этих основных социально-культурных потребностей должна быть направлена вся организация культурно-досуговой деятельности.

Сейчас ни у кого из культурологов и социологов не вызывает сомнения тот факт, что досуг в современном обществе является самостоятельной, невыводимой из других, сферой общественной и личной жизни, что послужило основанием для введения в научный оборот понятия “цивилизация досуга”. Российский исследователь Т.Абанкина отмечает, что в концепциях постиндустриального общества сфера досуга рассматривалась как важнейшая социальная подсистема. Теоретический анализ крупных эмпирических исследований, фиксирующих коренные изменения в образе жизни и досуге, лег в основу концепции Ж.Дюмазедье, названной “цивилизацией досуга” [13]. Ж.Фурастье разрабатывал идею цивилизации досуга как модели постиндустриального общества: начиная с определенного уровня экономического развития досуг приобретает все большую автономию от труда и становится самостоятельной ценностью.

Как отмечает ведущий специалист в области социально-культурной деятельности профессор М.А.Ариарский, одна из ведущих тенденций развития современной цивилизации связана с усилением роли досуга в духовной жизни общества и сохранении здоровья его членов. В индустриально развитых странах у людей сегодня больше, чем когда-либо, остается свободного времени после работы. Чем более быстрыми оказывались темпы научно-технического и социального прогресса, тем более интенсивно шел процесс перемещения производительных сил из сферы материального производства в сферу быта и досуга [4, с. 7].

Информационная эра предоставит большие возможности для разнообразия досуга и развития личности. Ариарский отмечает, что ведущие страны мира пошли по оправдавшему себя пути реализации рекреативно-развивающего потенциала досуга. Наиболее остро сегодня встали проблемы культурно-досуговой деятельности как деятельности по созданию, распространению и дальнейшему развитию ценностей культуры и самореализации личности, проявляемой в сфере свободного времени. Итак, в цивилизации досуга культурно-досуговые товары и услуги предназначены для удовлетворения так называемых потребностей “высокого порядка” – в самоутверждении, самоуважении, социальной принадлежности.

Российский профессор Г.А.Аванесова отмечает, что в постиндустриальном обществе Запада многие аналитики осознают значение невещественных ресурсов как важнейшего фактора оптимизации социально-культурного и экономического развития в XXI в. Поэтому досуг, производство культурных и досуговых товаров (знаний, информации, художественных ценностей и др.) и услуг (образовательных, коммуникативных, рекреационных и др.) начинают рассматриваться как одно из основных средств формирования невещественных ресурсов, так называемого человеческого капитала [2].

В то же время не все аналитики признают высокую роль развивающего, серьезного досуга. С одной стороны, повышается общественное значение досуга (особенно в развитых странах Западной Европы), растет желание людей качественно заполнять свое свободное время. С другой стороны, укрепляются тенденции усиления в обществе технократических начал (например, в США). Оспаривается необходимость увеличения свободного времени. Приверженцы этого направления считают, что обычный человек не способен конструктивно использовать даже то свободное время, которое ему предоставляется.

Во второй половине прошлого столетия начала складываться мировая культурно-досуговая инфраструктура, которая становится важным фактором постиндустриального общества. Она образовывается из отдельных компонентов в разных странах, расположенных на различных континентах и участвующих в международном обмене культурными и досуговыми товарами и услугами. Важнейшие компоненты глобальной инфраструктуры: телекоммуникационные системы, кинопроизводство, радио- и

музыкальная индустрия, компьютерные сети. Все эти структурные звенья в совокупности способны обслуживать не десятки и сотни клиентов, а тысячи и миллионы потребителей. Именно эти звенья обеспечивают распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, образовательных материалов и информации, рекламы. Важным звеном мировой инфраструктуры досуга является международный туризм. Он включает в себя курортно-туристскую индустрию, индустрию перевозок, размещения, питания и развлечений [2, с. 119–120].

Основными тенденциями развития сферы досуга в постиндустриальном обществе мы можем назвать следующие:

1) Технизация досуга – это тенденция означает все более частое употребление автоматики и техники (достаточно упомянуть примеры из практики шоу-технологий, организации работы современных развлекательных парков, внедрения технических новинок в домашний досуг и др.). Вместе с тем содержание современного досуга, все в большей степени определяясь технизацией, сокращает долю самостоятельного творчества. Избыточный уровень технизации досуга порождает издержки, конфронтирующие с сущностью культурно-досуговой деятельности. Техника и правила игры нередко лишают человека возможности проявить себя, сделать свой выбор. Человек, вошедший в контакт с электронно-игровой автоматикой, должен вести себя строго по инструкции, лишь нажимая кнопки или управляя такой техникой в узком диапазоне действий. Таким образом, мы можем констатировать, что излишняя технизация многих видов досуговых занятий может порождать неблагоприятные социально-психологические эффекты. В этой связи увеличивается спрос на альтернативные виды досуга, позволяющие человеку проявлять самостоятельность в полном смысле этого слова и творчество.

2) Стандартизация досуга как следствие глобальных проблем в нашем обществе. Безусловно, высокий уровень стандартизации делает отдых людей безопасным, облегчает контроль за качеством обслуживания, снижает себестоимость товаров и услуг. Но это же одновременно может снижать активность самих отдыхающих, обесценивает новизну их впечатлений от досуга. Мировые стандарты обслуживания нередко ведут к унификации рекреационного состояния людей, усредненным досуговым впечатлениям.

3) Сочетание спроса как на стереотипные культурные и досуговые продукты, так и на досуг альтернативного характера. Распространенная ситуация с качественным, комфортным, но предсказуемым отдыхом устраивает не всех, поэтому сохраняется высокий спрос на такие виды культурно-досуговой деятельности, которые позволили бы добиться ее многообразия и новизны, а также реализовать активный потенциал самих отдыхающих. Отсюда появление новых видов и расширение активных видов досуга. В связи с распространением урбанистических форм существования и попытками горожан уехать хотя бы в период отпуска из городов на природу популярными становятся альтернативные виды туризма: деревенский туризм, агро- и экотуризм.

4) Коммерциализация досуговой сферы – создание широкой и разветвленной сети платных досуговых товаров и услуг. Практически любой выбор формы проведения досуга требует определенных материальных затрат, например: обучение видам деятельности, посещение зрелищ, пользование спортивными сооружениями и т.д. Отрицательный аспект данной тенденции заключается в том, что на рынке досуговых товаров и услуг первостепенное значение приобретает заинтересованность не столько в развитии человека, сколько в продаже досуговых товаров и услуг за максимальную цену.

5) Одомашнивание досуга (дом как основное место досуга). Все домашние технологии досуга могут удовлетворить основные социально-культурные потребности человека: в отдыхе и развлечении, познании, общении, в творчестве и празднично-зрелищной культуре. Досуговая индустрия заинтересована доставить свой товар потребителю на дом. Происходит массовое производство дешевых средств домашнего развлечения в области теле-, радио-, видео-, DVD-, компьютерных технологий. Отрицательный аспект данной тенденции заключается в воспитании пассивного потребителя, подверженности его манипулятивному воздействию.

6) Компьютеризация досуга означает использование компьютерных и интернет-технологий для удовлетворения социально-культурных потребностей человека в свободное время. Именно сфера досуга становится пространством, где реализуется базовая потребность человека – потребность в общении. Интернет создает возможность для межпрофессионального общения и общения

аудиторий между собой не только в “стенах культуры”, но и в глобальном виртуальном пространстве, разрушая социальные, возрастные, национальные и культурные границы. Но распространение этих форм досуга не всегда дает благоприятные результаты. В последние годы мы все чаще сталкиваемся с издержками многочасового пребывания перед монитором компьютера. Во всем мире в отделения психиатрических больниц привозят детей и подростков, страдающих от зависимости от компьютерных игр или многочасового общения в Интернете. Проводя много времени за компьютерными играми, дети и подростки могут утратить способность адекватно воспринимать действительность.

7) Создание многофункциональных культурно-досуговых центров, на территории которых располагаются и функционируют одновременно кинозалы, галереи, зоны игровых автоматов, дискотеки, игровые клубы, бары, кафе, рестораны, спортивные площадки и др. Сегодня популярна и оправданна многофункциональность как принцип сочленения разных видов деятельности для разных групп: компаний друзей, семей, молодежи, подростков.

Углубляются инновационные процессы в сфере организации досуга населения. Наблюдается небывалое прежде расширение видов, форм культурно-досуговой деятельности. Характерно, что если раньше досуг четко дифференцировался в индивидуально-семейные (домашние) и клубные формы, то ныне возникла огромная по объему и богатая по структуре досуговая деятельность людей, осуществляемая вне сложившихся традиционных рамок. Во многих странах сформировалась разветвленная индустрия досуга. При этом практика показывает, что неформальная система организации досуга охватывает значительно большее число людей, чем формальная. Так называемый неорганизованный досуг по сравнению с организованным оказался несравненно более гибким, динамичным и оперативно реагирующим на складывающуюся социально-культурную ситуацию [4, с. 6].

В то же время нельзя не отметить определенную сложность, связанную с досуговой деятельностью современного человека. В технически развитом государстве происходит все большее обезличивание человека, а с ростом технических усовершенствований свободное время, с точки зрения его наполненности и многообразия, постепенно обедняется. Человек

все больше превращается в потребителя технических усовершенствований, а его самостоятельное творчество, социально-культурная активность сокращаются. Технический прогресс содействует пассивности потребителя культуры. Индивидуализация личности меняется на стандартизированную “коллективную” деятельность.

Досуг ныне превратился в столь же важную сферу формирования личности, какими прежде традиционно выступали учеба и труд. В этой связи можно констатировать определенную переоценку такой категории, как досуг. Все более возрастает значимость досуга как общественной ценности. Досуг всегда рассматривается как реализация интересов личности, связанных с рекреацией, творчеством, саморазвитием, самореализацией, общением, познанием, оздоровлением и т.п. В этом заключается социально-культурная роль досуга.

1. *Абанкина, Т.В.* Экономика желаний в современной “цивилизации досуга” / Т.В.Абанкина // Отечественные записки. – 2005. – № 4.

2. *Аванесова, Г.А.* Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика организации: учеб. пособие для студ. вузов / Г.А.Аванесова. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

3. *Актуальные проблемы социально-культурной деятельности:* сб. статей. – М.: МГУК, 1995.

4. *Ариарский, М.А.* Прикладная культурология / М.А.Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб.: ЭГО, 2001. – 288 с.

5. *Бабков, В.* Градообразующий проект: город как сцена качества жизни / В.Бабков // Арт-менеджер. – 2004. – № 1(7).

6. *Белл, Д.* Социальные рамки информационного общества / Д.Белл // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – С. 330.

7. *Дюмазедье, Ж.* Эмпирическая социология досуга / Ж.Дюмазедье. – М., 1974. – 46 с.

8. *Емелин, В.* Постиндустриальное общество и культура постмодерна / В.Емелин [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.geocities.com/emelin_vadim/postindustrial.htm.

9. *Кравченко, А.И.* Культурология / А.И.Кравченко. – М.: Академ. проект, 2000. – 640 с.

10. *Кравченко, А.И.* Культурология: учеб. пособие для вузов / А.И.Кравченко. – 3-е изд. – М.: Академ. проект, 2001.

11. Мид, М. Культура и мир детства / М.Мид. – М., 1988. – С. 323.
12. Постиндустриальное общество. Википедия: свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
13. Dumazedier, J. Toward a Society of Leisure / J.Dumazedier. – N.Y.: Free Press, 1967.
14. Friedmann, G. The anatomy of work / G.Friedmann. – London, 1961.
15. Kaplan, M. Leisure: theory and policy / М.Каплан. – N.Y., 1975.
16. Kelly, J.R. Freedom to be. A new sociology of leisure / J.R.Kelly. – N.Y., 1987.
17. Shivers, J.S. Leisure and recreation concepts: a critical analysis / J.S.Shivers. – Boston, 1981.

БИБЛИОТЕКА БГУКИ