УДК 379.8

О. А. Кравцова

Досуг в контексте социокультурных трансформаций

В статье рассматриваются изменения рекреационного досуга в контексте социокультурных трансформаций, анализируются причины их реализация на практике.

Ключевые слова: рекреационный досуг, социокультурные трансформации, информатизация общества, виртуализация, гламуризация

Oksana A. Kravtsova

Leisure in context of social and cultural transformation

In the article are risen modifications recreational aspects of leisure in the context of social and cultural transformations and analyzed their implementation in practice.

Keywords: recreational leisure, social and cultural transformation, information society, virtualization, consumption, glamorization

Рекреационно-досуговая проблематика актуализируется во второй половине XX столетия, в период, когда процессы глобализации, чрезмерной информатизации и виртуализации, обусловленные экспансией информационно-коммуникативных технологий во все сферы общественной жизни, усиливают роль, значение досуга и рекреации, в значительной мере релаксационного досуга, способного возобновлять утраченные жизненные силы человека. Стрессогенный потенциал информационной цивилизации, экспоненциальное увеличение информации в жизни человека обуславливают возрастание потребности в этом виде досуга, а также способствуют распространению социальных дисфункций, асоциальных психофизиологических явлений, среди которых эмоциональное сгорание человека, его психологическое истощение, потеря смысла жизни, депрессивные расстройства, зависимость от психотропных веществ, появление суицидальных настроений. Важно отметить, что виртуализация практически всех сфер жизнедеятельности в связи с интенсивным развитием Интернета, распространение сетевых практик, интернет-сообществ стали основой для становления общества гламура, в котором досуговым и рекреационным практикам отводится доминирующая роль.

Гламуризация социального пространства с акцентуализацией телесности стимулирует человека быть в прекрасной физической форме, иметь привлекательный внешний вид. Эти желания превращаются в насущную потребность и вполне закономерно способствуют популяризации таких досугово-рекреационных практик, как йога, фитнес, пилатес, spa и др. Но важно учитывать, что для Украины, в связи с их заимствованием с Востока и Запада, они считаются нетрадиционными, не имеют культурных корней, не адаптированы к нашему образу жизни. Поэтому актуальна проблема осмысления внедрения комплексных современных практик рекреационного[1] досуга, основывающихся на принципе индивидуализации и самоидентичности, в полной мере использовавших развивающий, человекосозидающий потенциал досуга и рекреации в контексте динамики трансформационных процессов, а также их эффективная реализация. К таким трансформациям прежде всего следует отнести социокультурные процессы, связанные с культурной глобализацией, формированием общего коммуникативного пространства, информатизацией и виртуализацией общества, демонстративным потреблением, гламуризацией и т. д.

Исследование роли рекреационного досуга в контексте социокультурных трансформаций предполагает обращение к работе «Великая трансформация» англо-венгерского ученого К. Поланьи, в которой автор, отображая реалии XX в. (русская и венгерская революции, Первая мировая война, распространение фашизма в Европе, Вторая мировая война), указывает на влияние науки и техники на все сферы жизнедеятельности. В частности, в своем труде ученый анализирует переход от традиционного к индустриальному обществу, принципы формирования последнего, генезис капитализма и становление его классической фазы. Именно К. Поланьи принадлежит первенство в исследовании великой реорганизации «антропосферы», первой глобализации на Западе (1885–1914), которую он назвал «великой трансформацией»[2]. Основываясь на труд К. Поланьи, В. Федотова,

В. Колпаков и Н. Федотова в монографии «Глобальный капитализм: три великие трансформации», кроме первой трансформации, выделяют вторую великую трансформацию, произошедшую между двумя глобализациями (1914–1989), и третью (нашего времени)[3].

Для второй трансформации характерна массовая культура, развитие культуриндустрий и потребительского общества.

В ходе анализа динамики досуговых практик, воздействия на них коммуникативных технологий плодотворным оказывается обращение к идеям Т. Адорно, М. Хоркхаймера, Г. Маркузе, которые обнаружили тенденцию к значительной «технизации» института досуга. Понятие «культурные индустрии» впервые используют для обозначения новых форм и технологий культурной деятельности, таких как телевидение, телевизионные технологии, компьютерная техника, видео- и аудиотрансляции, М. Хоркхаймер и Т. Адорно в работе «Диалектика просвещения» (1944)[4].

Индустриализация и технизация культуры упростила социальные отношения до уровня «передатчик–получатель», «передатчик–потребитель»; способствовала возникновению нового социоэкономического и социокультурного баланса между теми, кто обладал политической, экономической, культурной властью, и собственно потребителями «продуктов» индустриализируемой культуры[5].

Ученые акцентировали внимание на смене ценностных ориентаций, их перемещении из сферы труда в сферу массового потребления и развлекательного досуга, что, в свою очередь, предопределяло пребывание субъектов в одном и том же социальном эффекте, снятие напряжения между искусственно созданными изображениями и обыденной действительностью, изменение характера проведения досуга: его выведение с камерного и индивидуально ориентированного локального пространства в пространство, ориентированное на массы; что примитивизировало и унифицировало проведение досуга[6].

Культуриндустрии превращаются в сферу манипуляции сознанием, пропаганду потребительского гедонизма, что проявляется в желании проводить свободное время, развлекаясь, вести себя раскованно и непринужденно, иметь привлекательный внешний вид.

В то же время досуг начал предоставлять максимальную степень свободы для развития личности. В таком контексте можно утверждать, что при конструктивном использовании свободного времени расширяется «коридор» свободы, право на индивидуальный выбор занятий, т. е. появляется возможность для саморазвития и самосовершенствования как физического, так и духовного, что, в свою очередь, выступает одной из базовых ценностей рекреационного досуга.

Тенденции, которые фиксируют коренные изменения в образе жизни и досуге, послужили предпосылками для становления «цивилизации досуга» («leisure society»), теоретический анализ которой на основе эмпирических исследований нашел свое отражение в концепции французских социологов Ж. Дюмазедье, Ж. Фридмана и Ж. Фурастье. Зарождение «цивилизации досуга» датируется 1960–1970-ми гг.[7]

Примечательно и то, что в «цивилизации досуга» значительное внимание начало уделяться компенсаторной функции досуга, которая направлялась на снятие напряжения после трудовой деятельности, возобновление сил от физической, психологической, моральной и интеллектуальной усталости, создание условий для последующего развития личности (Ж. Дюмазедье), приобрел значимость компенсаторный потенциал досуга (Ж. Фридман).

Стоит отметить, что во второй половине XX столетия в разных странах начали создаваться институты для изучения досуговой и рекреационной проблематики: Фонд парков и рекреации (Япония), Итальянская культурно-досуговая организация, Национальная канадская ассоциация парков и рекреации, Американская ассоциация исследований досуга и т. п.

Экономика США превратилась в индустрию досуга, о чем свидетельствуют теоретическое труды М. Каплана, Дж. Келли, Дж. Шиверса и др. Одной из тенденций в сфере досуга стало стремление к релаксации как разновидности рекреации[8]. Именно в США распространяется движение среди богатых американцев за восстановление сил, которое М. Каплан определил как «взрыв восстановления сил»[9].

Третья трансформация как новая глобализация, согласно терминологии В. Колпакова, В. Федотовой и Н. Федотовой, наступает в 1989 г. и продолжается до сих пор. Она характеризуется динамизмом во всех сферах общественной жизни. Происходит развертывание социально-культурной парадигмы «нового информационного порядка» (Е. Гидденс), глобального сетевого постобщества (Г. Кастельс), общества виртуализации (Д. Иванов)[10] под которым в широком смысле понимается информационное общество, где создание, распределение, распространение, использование, интеграция информации и манипулирование ею являются существенной экономической, политической и культурной деятельностью.

Впервые феномен виртуализации соци-

альной реальности в аспектах общества потребления исследовал Ж. Бодрияр, отмечая, что «перспективному пространству социального приходит конец, происходит стирание границ между реальностью и искусственным миром». Ж. Бодрияр оперирует понятием симулякр[11] и доказывает, что сегодня человек имеет дело не с реальностью, а гиперреальностью (сверхреальностью, реальностью виртуальной), в которой весь мир воспринимается как поток информации (через печать, телевизор, Интернет). Последняя, в свою очередь, становится привычной и не переживается по-настоящему, а является просто системой знаков, текстом. Опасности виртуализации культуры Ж. Бодрияр усматривал в неразличенности искусственной и подлинной реальности. Он утверждал: «Реальность, дублированная посредством репродуктивных материалов, улетучивается, становится аллегорией смерти, но самим этим разрушением она и укрепляется, превращается в реальность для реальности… гиперреальность»[12].

Виртуализация общества формирует виртуальный досуг в форме общения с помощью Интернета, игры в мультимедийные, интеллектуальные сетевые игры, а также просмотра онлайн-фильмов, передач, клипов и т. д.

Наиболее популярным является общение в «реале» между незнакомыми пользователями, представляющимися друг другу в том качестве, в каком диктует их собственная фантазия. Такое общение обычно провоцируется одним из пользователей в попытках самореализации себя как личности в пространстве виртуальной реальности. Причина подобной провокации обычно кроется в невозможности репрезентовать себя в «реале».

Молодежь, а в последние годы и представители других возрастных групп, в желании общения и развлечений, поиске новых каналов самовыражения мигрируют в Интернет (и поэтому не только время досуга, а и остальное, необходимое для других видов жизнедеятельности человека, максимально сужается, что порождает «привыкание» к Сети, необходимое «зависание» в ней).

Влияние интернет-пространства, как и социальных сетей, на развитие рекреационного досуга неоднозначно. С одной стороны, подключенность к миру виртуальной реальности предоставляет возможность в считанные секунды осуществить поиск мест, где применяют инновационные методики досугово-рекреационных практик. Более того, услышать комментарии по поводу эффективности их использования и функционирования, изучать онлайн любой язык или читать редкую книгу, виртуально оказаться в Лувре или на Мадагаскаре и т. д.

Вхождение в цифровой универсум через подключение к сервису социальных сетей открывает перед пользователем неограниченный, в полной мере неизвестный информационно-коммуникативный потенциал интернет-среды. Привлекают «отсутствие пространственно-временных запрещений и явных социальных разногласий, низкий психологический барьер, большой потенциал для общения, удовольствие любознательности и самореализации»[13]. Но, открывая для себя Сеть, индивид и себя открывает для Сети, становясь, невзирая на все логины и пароли, объектом коммерческого, политического, психологического и другого интереса[14].

Бесспорно, Интернет в то же время является и развивающейся средой общения, предлагающей индивиду новые возможности для реализации своих способностей, удовлетворения познавательных, коммуникативных, креативных и рекреационных потребностей.

Но с другой стороны, чрезмерное «пребывание» в Сети, всепоглощающая реклама, комикс-кинематограф, электронные интернет-сообщества и тому подобное при отсутствии критического мышления и сознательного подхода ведут к примитивизации, деградации человека и общества в целом. В результате наблюдается «впадение в архаику» человека и социума.

Важно отметить меру допустимости виртуализации в пространстве рекреационного досуга, отмечая негативные последствия ее освоения: возможность манипуляции сознанием людей; утрата нравственных ориентиров в организации повседневной жизни; угроза излишнего привыкания к виртуальному миру; утрата пространственно-временной адекватности; изменение сознания.

Виртуализации максимально гламуризирует социальное пространство, общество приобретает форму эстетического гламура[15] или глэм-капитализма (Д. Иванов), в котором гламурно-потребительское отношение к жизни превалирует над духовными, интеллектуальными, моральными интересами.

Причем сегодня гламурными называют не только одежду, вечеринку, группу людей, ресторан, курорт, фильм, журнал, но и бизнес-стратегию, технологию, политику или научную идею[16].

В обществе гламура акцентируется внимание на человеке как объекте досугово-рекреационных практик, который руководствуется желанием удовлетворения собственных потребностей (Ж. Бодрияр), потребности в получении определенных вещей (брендовая одежда, автомобиль, гаджет). Причем после «овладения» этими вещами непременно появляется желание, непреодоленная потребность, даже жажда ов-

ладения – обладания другими вещами. Все эти вещи наполняют содержанием жизнь человека, дают ему самому и другим понять, что они собой представляют.

В досуговой сфере эти проявления наиболее значительны. Отдых на престижных курортах, посещение ресторанов с эксклюзивной кухней, закрытых клубов, к примеру гольф-клубов, которые могут не вызывать физического интереса, но в силу принадлежности к определенному кругу должны быть посещаемые, свидетельствуют не столько о статусной принадлежности, сколько о демонстрации собственного имиджа и в некоторой мере вызывают разочарование, неудовлетворенность. Ведь такие формы досуга (знака, по Бодрияру) являются пустотой и не содержат в себе действительной, реальной картины мира человеческого бытия.

Все чаще выбор проведения досуга обуславливается не собственными потребностями индивида, а влиянием досугового сервиса, который непринужденно навязывает свои предложения посредством рекламы, акцентируя внимание на имиджевых составных этих услуг, на их престижности и символической значимости.

Среди украинских ученых, интересующихся проблемами трансформации норм, ценностей, форм досуговой и рекреационной активности, – представители школы прикладной культурологии Киевского национального университета культуры и искусств В. Кирсанов, С. Безклубенко, О. Бейдык, И. Петрова, О. Гончарова, Л. Полищук и др.

Ученые солидарны в том, что, с одной стороны, изменения в сфере досуга и рекреации, вызванные трансформационными процессами, значительно увеличивают возможности этого вида досуга через возникновение новых форм и практик, с другой – интенсификация процессов коммерциализации этой сферы, производство товаров и услуг, ориентированных на свободное время, становятся прибыльным бизнесом, что, в свою очередь, изменяет характер социальных взаимодействий, причем наблюдается изменение функциональной направленности в пространстве досуга, унифицируются и стандартизируются культурные нормы и ценности. Стремительное смещение аксиологических перспектив проявляется прежде всего в изменении соотношения ценностей работы и ценностей досуга. На смену «продуктивности» приходят императивы «качества жизни»[17].

В частности, В. Кирсанов отмечал, что человекосозидающие потенциальные возможности досуга и рекреации остаются неиспользованными из-за того, что население вместо занятий, которые способствуют их культурному и духовному развитию, избирает формы проведения досуга, близкие к девиантным: азартные игры, употребления спиртных напитков и наркотиков, бессодержательные развлекательные «вечеринки», где демонстрация собственного имиджа замещает нормальное человеческое общение. Проведение свободного времени таким способом оказывается примитивным и опасным. В результате рекреационный досуг никак не ориентирован на сохранения физического и духовного здоровья[18].

В результате досуг порождает неудовлетворенность и превращается в «пустое», враждебное человеческой сущности времяпровождение. Свободное время, вместо того чтобы противостоять негативным тенденциям технократического общества, среди которых присутствует феномен отчуждения[19], максимально способствовать восстановлению физических и духовных сил человека (рекреации), с точностью до наоборот порождает чувство тоски и одиночества, а также неуверенности в своих собственных силах.

Максима А. Шопенгауэра, что «человечество обречено вечно колебаться между двумя крайностями – нуждой и скукой», как нельзя кстати характеризирует феномен социального отчуждения нашего времени, которое есть результатом «потерянности» в безграничном виртуальном пространстве, пребывания в виртуальном обществе потребления, которое можно наблюдать (посредством телевидения, разнообразной рекламы и т. д.), к которому можно стремиться, но в которое нет шансов попасть. Человек пребывает в своем собственном иллюзорном мире, впоследствии чего замыкается и неадекватно воспринимает действительность.

Следовательно, социокультурные изменения XX – начала XXI в., связанные с информатизацией, виртуализацией, гламуризацией, имеют колоссальное влияние на определение содержания и роли досуга как для жизни отдельно взятой личности, так и для общества в целом. Происходит трансформация традиционных форм досуга через индустрию массового потребления, доминирующего в «цивилизации досуга» до компьютерного, информатизированного, виртуального. Однако есть основания утверждать, что существует тенденция к использованию не только развлекательных, релаксационных, эстетических форм рекреационного досуга, но и развивающих, оздоровительных. О чем в Украине свидетельствует активная посещаемость развивающих комплексов, аквапарков, фитнес-центров, центров пилатес, различных видов парков (ботанических, тематических и т. д.).

Примечания

[1] Важно помнить, что сегодня практически не существует исследований по феномену рекреационного досуга как самостоятельного вида досуговой деятельности, чаще всего встречается его «размывание», отождествление с другими понятиями (отдых, досуг, функция досуга, развлечения), о чем свидетельствует толкование данного понятия с разных подходов.

[2] Поланьи К. Великая трансформация: полит. и экон. истоки нашего времени; пер. с англ. СПб.: Алетейя, 2002. 320 с.

[3] Федотова В. Г., Колпаков В. А., Федотова Н. Н. Глобальный капитализм: три великие трансформации: моногр. М.: Культ. революция, 2008. 608 с.

[4] Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. М.: Ювента, 1997. 312 с. Важно отметить, что этот труд был написан в 1944 г. в Америке, издан в 1947 г. в Голландии (Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectik der Aufklarung. Amsterdam, 1947); английский ее перевод (Horkheimer M., Adorno T. W. Dialectic Enlightenment. New York: Herder & Herder, 1972. 144 p.) был осуществлен со второго издания 1969 г.

[5] Хоркхаймер М., Адорно Т. Указ. соч.

[6] Там же.

[7] Dumazedier J. Toward a society of leisure. New York: Free Press, 1967; Dumazedier J. Sociologie empirique du loisir. Paris, 1974; Friedmann G. Anatomy work. London, 1961. 318 p.

[8] В американской литературе достаточно выражены рекреационные и развлекательные аспекты (проблемы) досуга. Вполне закономерно, что в США досуг часто отождествляют с рекреацией. См. по этому поводу работы: Kaplan M. Leisure: theory and policy. New York, 1975; Kelly J. R. Leisure identities and interachtions. London, 1983; Kelly J. R. Leisure. New Jersey: Tunglewood Cliffs, 1982. 307 p.; Shivers J. S. Leisure and recreation concepts: a critical analysis. Boston, 1981.

[9] Kaplan M. Op. cit.

[10] Иванов Д. В. Виртуализация общества. СПб.: Петерб. востоковедение, 2000. 96 с.

[11] Порождение при помощи моделей реального без истока и реальности. Ж. Бодрийяр определяет симуляцию как «порождение моделей реального без оригинала и реальности: гиперреального», и далее приводит пример: «Территория больше не предшествует карте и не переживает ее. Отныне карта предшествует территории – прецессия симулякров, – именно она порождает территорию…» (см. подробно: Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / пер. с фр. А. Качалов // Lib.ru: Б-ка Максима Мошкова. Разд. Современная литература. URL: http://lit.lib.ru (дата обращения: 19.06.2013)).

[12] Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. С. 149.

[13] Савицкая Т. Е. Виртуальная Россия: новые модусы производства и потребления культуры // Обсерватория культуры. 2010. № 1. С. 29–37.

[14] Там же. С. 34.

[15] Гламур – от англ. glamour (очарование).

[16] Иванов Д. В. Глэм-капитализм. СПб.: Петерб. востоковедение, 2008. С. 7.

[17] Понятие «качество жизни» в научное обращение вошло в 70-х гг. XX в. в США, оно не ограничивается уровнем дохода: показателем благополучия всего населения и благосостояния отдельного индивида (кроме таких общепризнанных, как охрана здоровья, образование) считается свободное время, а точнее, досуг, который удовлетворяет потребности в общении, творческой самореализации и культурном развитии.

[18] Кирсанов В. В. До визначення предмета рекреації у контексті педагогічних проблем дозвілля // Вісн. Кн. палати. Киев, 2004. № 4. С. 28.

[19] Феномен отчуждения возникает в эпоху индустриальной цивилизации в пределах мощной трудовой занятости. Проблема отчуждения изучается в контексте противоречий между человеком и социокультурным пространством. Впервые отчуждение анализируется в немецкой классической философии, а всесторонне рассматривал и проанализировал все формы отчуждения – от экономического к социокультурному – К. Маркс в роботе «Экономическо-философские рукописи» (1844).