



УДК 316.728

## ДОСУГОВАЯ КУЛЬТУРА: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

**И. В. Лашук**

В статье в теоретическом плане рассматривается категория досуга в ее взаимосвязи с понятиями «социальное время», «свободное время», «культура свободного времени», «культура досуга», а также приводятся основные результаты эмпирического исследования досуга в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** досуг, свободное время, досуговая культура, эмпирические исследования досуга.

This article theoretically examines the category of leisure and its relation to the concepts of "social time", "free time", "culture of free time", "leisure culture" and presents the main results of the empirical study of leisure in Belarus.

**Key words:** leisure, free time, leisure culture, leisure empirical studies.

Понятие «досуг» было введено в научный оборот лишь в начале XX в., когда впервые стали проводиться социологические и статистические исследования бюджетов времени. Первоначально досуг рассматривался как время, свободное от трудовой деятельности и направленное на восстановление физических и эмоциональных сил, необходимых для выполнения такой деятельности. Начало серьезных разработок теории свободного времени в зарубежной социологии связано с конституированием особой отрасли знания – социологии досуга – в 50–60-е гг. XX в. Первым солидным трудом стала книга американского экономиста и социолога Т. Веблена «Теория праздного класса»

(1899), в которой он пытался теоретически обосновать роль досуга в становлении не только отдельного класса капиталистов, но и всего американского общества [1].

Необходимость теоретического анализа свободного времени диктовалась проведением эмпирических исследований досуга. Это были и комплексные обследования (например, американского города в рамках Чикагской социологической школы под руководством Р. Парка и Э. Берджесса, в трудах Р. и К. Линд, где проблемам досуга уделялось очень много внимания), и специальные исследования (к примеру, выполненная под руководством Дж. Ландберга в 1934 г. работа «Городской досуг») [2]. Интерес



к таким исследованиям подогревался не только ростом и развитием городов (важнейшей частью жизни которых становилось проведение их населением досуга), но и постепенным введением 8-часового рабочего дня, а в некоторых странах (например, во Франции в 1936 г.) и 40-часовой рабочей недели с двумя выходными днями.

В 1960–70-е гг. появляются серьезные теоретические работы Ж. Фридмана, Ж. Дюмазедье, Ж. Фурастье, Ж. Урдена (Франция), Н. Андерсона, М. Каплана, Г. Виленски, Р. Хавиерста (США), Э. Шойха, М. Прозенса, Э. Вебера (ФРГ), С. Паркера, М. Смита, Кр. Рожека (Англия) и др. [3]. Теоретическая линия, начатая в этот период, получила свое дальнейшее развитие в 80–90-е гг. XX в. Наряду с традиционными центрами и странами, в которых наиболее активно развивалась социология досуга (Франция, США, Германия, Англия), появилось еще одно государство, пополнившее этот ряд, – Канада. Следует назвать таких социологов свободного времени в этой стране, как Р. Стеббинс, Ю. Зусанек, Д. Росс [4]. Среди американских социологов досуга в этот период работали и сейчас продолжают активно исследовать проблемы свободного времени Дж. Робинсон, С. Годби, Б. Лефкович, Д. Янкелович [3].

Далее сформировались две основные теории свободного времени: концепция цивилизации досуга Ж. Дюмазедье и концепция серьезного досуга Р. Стеббинса [3].

*Цивилизация досуга* объявляется исторически неизбежным новым типом общества, образ жизни населения которого формируется на основе главной, определяющей роли свободного времени в судьбе человечества. Согласно концепции Ж. Дюмазедье, феномен свободного времени оказывает революционное воздействие на все процессы и отношения в обществе. По мере количественного роста, происходящего непрерывно, свободное время все больше выступает как сфера, в корне преобразующая весь способ деятельности и ее смысл.

*Концепция серьезного досуга* родилась уже в 90-е гг. XX в. Свою задачу ее создатель, канадский социолог, видит в том, чтобы показать, как люди могут преобразовать индивидуальное, личное свободное время в оптимальный стиль проведения досуга. При этом он разграничивает обычный досуг и серьезный досуг. Последний, по мнению Р. Стеббинса, отличается целым рядом длительных преимуществ над обычным досугом. Это самореализация, духовный рост, самовыражение, возрождение или обновление личности, чувство достижения, повышение самооценки, участие в социальном взаимодействии и чувство принадлежности к общности и т. д. Каждое проявление серьез-

ного досуга отличается уникальным духом, который возникает в процессе появления группового социального мира в сфере свободного времени.

В 1960–70-е гг. в отечественной социологии сложилось несколько центров исследования свободного времени – в Москве (Б. А. Грушин, Л. А. Гордон, Э. В. Клопов, Г. С. Петросян, В. Н. Пименова, Н. М. Римашевская и др.), Ленинграде (А. В. Неценко, Э. В. Соколов и др.), Свердловске (Г. П. Орлов, Г. Е. Зборовский и др.) [5].

В современном социогуманитарном знании все более и более разворачивается процесс интеграции специальных дисциплин. Так, зафиксировано слияние ранее сосуществовавших социологических дисциплинарностей – социологии досуга и социологии культуры. Сегодня уже очевидно, что досуг является культурно опосредованным и культурно обусловленным. Соответственно, появляется категория «культура свободного времени», которая представляет собой (по определению Г. Зборовского) определенную качественную характеристику использования досуга, показывающую связь досуговой и культурной деятельности, точнее говоря, плотность этой связи. Ее уровень определяется рядом факторов объективного и субъективного плана: наличием и возможностью выбора вида культурно-досуговой деятельности; степенью свободы такого выбора, предоставляемого обществом; культурно-досуговыми потребностями, интересами и ценностными приоритетами населения, его различных групп и др. [6, с. 58].

Категория досуга тесно связано с понятием «свободное время». Категория «свободное время» является производной от понятия «социальное время», которое, в отличие от астрономического времени, измеряемого секундами, минутами, часами, относительно, то есть не течет одинаково ровно в разных группах и обществах (эта особенность социального времени упомянута еще у П. Сорокина) [7, с. 113]. В. Ильин отмечает способность социального времени конвертироваться в иные ресурсы, выделяя при этом три основных аспекта в данном контексте:

1. Время в разных участках социокультурного пространства обладает разной степенью плотности, которая выражается в количестве событий в единицу астрономического времени.

2. В разных зонах социального пространства время обладает неодинаковой способностью конвертироваться в иные ресурсы.

3. Время имеет субъективное измерение: единица астрономического времени переживается по-разному [8, с. 227].

Социальное время делится на необходимое и свободное. Они различаются способом их пе-



реживания. Свободное время тратится в соответствии со свободным выбором, необходимое же содержит элемент долженствования. Люди стремятся увеличить свободное и, соответственно, уменьшить необходимое время. В связи с этим особую актуальность приобретает субъективное восприятие респондентами свободного времени, а также изменения его объема.

Таким образом, появляется категория «культура свободного времени» или «досуговая культура» (понятия в данном случае рассматриваются нами как синонимичные).

Культура свободного времени в нашем понимании (вслед за Г. Е. Зборовским) – это определенная качественная характеристика его использования, показывающая связь досуговой и культурной деятельности, точнее говоря, плотность этой связи. Ее уровень определяется рядом факторов объективного и субъективного плана: наличием и возможностью выбора вида культурно-досуговой деятельности; степенью свободы такого выбора, предоставляемого обществом; развитостью в последнем культуры как целостной системы духовной жизни (что изначально предполагает в качестве своей обязательной предпосылки наличие культуры как целостной системы материальной жизни людей): культурно-досуговыми потребностями, интересами и ценностными ориентациями населения, его различных групп и др.

В социологическом исследовании, проведенном сектором культурных инноваций Института социологии НАН Беларуси<sup>1</sup>, замерялись следующие основные показатели культуры свободного времени:

- наличие свободного времени и изменение его объема за последние годы;
- предпочтения в проведении досуга (где и с кем);
- планирование (отсутствие планирования) статьи расходов в семье на «культурное» проведение досуга;
- источники получения информации о культурно-досуговых мероприятиях;
- степень общности с людьми, «культурно» проводящих досуг, различие «Мы» – «Они».

По результатам проведенного исследования респонденты имеют в среднем 4,8 часов свободного времени в будние дни и 8,3 часа – в выходные. Субъективное восприятие объема свободного времени значимо различается в зависимости от возраста. Так, самые молодые (до 24 лет) и старшие (старше 55 лет) имеют

больше свободного времени как в будние, так и в выходные дни.

Существует и зависимость от гендерной принадлежности: зафиксирован меньший объем свободного времени у женщин в выходные дни, что связано с их загруженностью домашними обязанностями. Относительно типа населенного пункта (город, село) и региона проживания следует отметить, что достоверных различий в оценках объема свободного времени не обнаружено.

В целом по выборке приоритетными видами деятельности в свободное время являются: отдых дома, выезд на природу и походы в гости. Следует также отметить все более нарастающую тенденцию проводить досуг в Интернете – данная позиция занимает пятое ранговое место среди всех досуговых предпочтений.

Посещение учреждений культуры (театров, музеев, концертных залов, кино и др.) занимает шестое место в структуре досуговых предпочтений респондентов – эту позицию отметили 12 % ответивших на данный вопрос.

Статистический анализ полученных в ходе проведенного социологического исследования данных позволил зафиксировать (использовался критерий Хи-квадрат) достоверные различия в «культурном» проведении досуга в зависимости от социально-демографических характеристик респондентов. Так, обнаружено, что женщины по сравнению с мужчинами в большей степени предпочитают проводить свободное время, посещая различные учреждения культуры (15,9 % женщин указали на данный вид досуга, среди мужчин – 7,4 %). В зависимости от возрастных характеристик зафиксирована тенденция: чем старше когорта, тем меньше значимость посещения учреждений культуры как предпочитаемого вида проведения досуга. «Культурное» проведение свободного времени тесно связано, как показали результаты исследования, с уровнем образования – чем выше уровень образования, тем большую значимость имеет данный вид досуга. В зависимости от семейного положения статистически значимых различий не обнаружено.

Результаты проведенного социологического исследования позволили также сделать вывод о том, что городские жители в большей степени, чем сельчане, предпочитают проводить досуг, посещая учреждения культуры. Зафиксированы также различия в зависимости от региона проживания. Так, жители столицы оказались наиболее «культурно» ориентированными в проведении свободного времени.

Одной из важных характеристик культуры свободного времени является группа (или ее отсутствие), с которой обычно респондент проводит свой досуг. По результатам проведенного

<sup>1</sup> В данной работе представлены результаты социологического исследования, проведенного по белорусской республиканской многоступенчатой стратифицированной выборке (2106 респондентов) в 2012 г.



исследования большинство (70 %) опрошенных проводят свободное время с членами своей семьи. Иерархия групп по частоте проведения совместного досуга распределилась следующим образом:

- 1) члены семьи – 69,9 %;
- 2) друзья – 47,9 %;
- 3) любимый человек – 21 %;
- 4) в одиночестве – 19,8 %;
- 5) другие родственники – 14 %;
- 6) коллеги по работе, учебе – 9 %.

Выбор социально-досуговой группы тесно связан с возрастными особенностями респондентов. Так, проводить свободное время с любимым человеком, друзьями, коллегами по учебе предпочитают представители более молодой возрастной когорты. С другой стороны, как показали результаты проведенного исследования, в одиночестве проводит свой досуг наиболее возрастная группа, средний возраст которой составил около 50 лет.

Культура свободного времени формируется в основном в детском возрасте через посещение культурно-досуговых мероприятий. В связи с этим важным индикатором является социальная группа, с которой ассоциируются у респондента культурно-досуговые мероприятия в детском возрасте. Эмпирическим референтом данного показателя в разработанном инструментарии явился вопрос в формулировке «С кем Вы посещали культурно-досуговые мероприятия в детстве?». Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что больше половины респондентов в детстве посещали культурные учреждения с классом или школой, а не с семьей.

Полученные данные свидетельствуют о том, что функция института семьи в деле формирования и трансляции досуговой культуры выполняется в современном белорусском обществе не в полной мере. В этом мы усматриваем «корень» проблем в этой отрасли. Именно семья является первым и самым важным, особенно в детском возрастном периоде, механизмом формирования культуры вообще и культуры свободного времени в частности. Тем более что, как было отмечено ранее, именно в семье жители Беларуси предпочитают проводить большую часть своего свободного времени.

Следует также отметить, что чем выше уровень образования респондента, тем в меньшей степени он отмечает отсутствие опыта посещения культурно-досуговых учреждений в детском возрасте. Горожане – более «культурно» воспитаны, меньшее их количество, по сравнению с сельчанами, вообще не посещали культурно-досуговые учреждения в детстве.

Итак, результаты проведенного социологического исследования позволили выявить

основные характеристики досуговой культуры жителей Беларуси. Получены следующие данные:

1. Приоритетными видами деятельности в свободное время являются: отдых дома, выезд на природу и походы в гости. Отмечается также все более нарастающая тенденция проводить досуг в Интернете – данная позиция занимает пятое ранговое место среди всех досуговых предпочтений. Посещение учреждений культуры (театров, музеев, концертных залов, кино и др.) занимает шестое место в структуре досуговых предпочтений респондентов.

2. Статистический анализ полученных в ходе проведенного социологического исследования данных позволил зафиксировать достоверные различия в «культурном» проведении досуга в зависимости от социально-демографических характеристик респондентов. Так, обнаружено, что женщины по сравнению с мужчинами в большей степени предпочитают проводить свободное время, посещая различные учреждения культуры. В зависимости от возрастных характеристик зафиксирована тенденция: чем старше когорта, тем меньше значимость посещения учреждений культуры как предпочитаемого вида проведения досуга. «Культурное» проведение свободного времени тесно связано, как показали результаты исследования, с уровнем образования – чем он выше, тем большую значимость имеет данный вид досуга.

3. По результатам проведенного исследования большинство опрошенных проводят свободное время с членами своей семьи, второе ранговое место занимает социально-досуговая группа друзей. Обнаружена также статистически значимая зависимость между выбором социально-досуговой группы и типом населенного пункта: горожане более активны, чаще проводят свободное время с друзьями, с любимым человеком.

4. Результаты исследования позволили сделать вывод о том, что основную трансляционную нагрузку в аспекте досуговой культуры несет сегодня институт образования, о чем свидетельствует тот факт, что 57 % респондентов в детстве посещали культурно-досуговые мероприятия с классом или школой.

5. Анализ данных позволил обнаружить связь между посещениями культурно-досуговых учреждений в настоящее время и в детстве. Зафиксировано, что те, кто посещал театры, музеи и т. д. в детском возрасте (с семьей, классом, друзьями...), продолжают «культурно» проводить досуг и в зрелом периоде. Отмечается также, что досуговая культура не определяется объемом свободного времени респондента –



«посещающие» имеют, по результатам проведенного исследования, даже меньше времени, однако находят его для посещения культурно-досуговых учреждений.

6. «Культурный» досуг определяется также и территориальными характеристиками – регионом проживания и типом населенного пункта. Среди посетителей культурно-досуговых учреждений позитивно отличаются жители столицы Беларуси и Могилевской области. Зафиксировано также, что горожане больше

посещают культурно-досуговые учреждения, чем сельчане.

7. Отмечена достаточно сильная связь между ретроспективной (в детстве), оперативной (в настоящем) и перспективной (в будущем) культурно-досуговой деятельностью респондентов. Так, из тех, кто изъявляет желание чаще «культурно» проводить время, большинство в настоящее время и в детстве являются (являлись) посетителями культурно-досуговых учреждений.

#### Список литературы

1. Веблен, Т. Теория праздного класса : пер. с англ. / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.
2. Современная американская социология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socioline.ru/pages/sovremennaya-amerikanskaya-sotsiologiya>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Зборовский, Г. Е. Социология досуга и культуры [Электронный ресурс] / Г. Е. Зборовский. – Режим доступа: [http://nashaucheba.ru/v13914/zборовский\\_г.е.\\_социология\\_досуга\\_и\\_культуры](http://nashaucheba.ru/v13914/zборовский_г.е._социология_досуга_и_культуры), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
4. Стеббинс, Р. А. Свободное время: к оптимальному стилю досуга (взгляд из Канады) [Электронный ресурс] / Р. А. Стеббинс. – Режим доступа: [http://sbiblio.com/biblio/archive/stebbins\\_svobvremia/](http://sbiblio.com/biblio/archive/stebbins_svobvremia/), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
5. Патрушев, В. Бюджеты времени различных социальных групп и территориальных общностей [Электронный ресурс] / В. Патрушев // Социология в России / В. А. Ядов. – Режим доступа: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/jadov\\_sociologija/22.aspx](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/jadov_sociologija/22.aspx), свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
6. Зборовский, Г. Е. Социология досуга и социология культуры: поиск взаимосвязей / Г. Е. Зборовский // Социологические исследования. – 2006. – № 12. – С. 56–64.
7. Сорокин, П. А. Социальное время: опыт методологического и функционального анализа / П. А. Сорокин, Р. К. Мертон // Социологические исследования. – 2004. – № 6. – С. 112–119.
8. Ильин, В. И. Потребление как дискурс : учеб. пособие / В. И. Ильин. – СПб. : Интерсоцис, 2008. – 446 с.

© И. В. Лашук