

На правах рукописи

3
М.Дьяконов



004611389

ДЬЯКОНОВ Михаил Юрьевич

СФЕРА МОЛОДЁЖНОГО ДОСУГА МЕГАПОЛИСА
В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Специальность 22.00.04 – Социальная структура,
социальные институты и процессы

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата социологических наук

21 ОКТ 2010

Москва – 2010

Работа выполнена на кафедре государственного, муниципального управления и социальной инженерии Российского государственного социального университета

Научный руководитель: доктор социологических наук, профессор
Крючков Юрий Алексеевич

Официальные оппоненты: доктор социологических наук, профессор
Возьмитель Андрей Андреевич

кандидат социологических наук
Шевченко Денис Борисович

Ведущая организация: Институт социально-политических исследований
Российской Академии Наук

Зашита состоится 6 октября 2010 года в 16 часов на заседании диссертационного совета Д 212.341.01 в Российском государственном социальном университете по адресу: 129226, г. Москва, ул. В. Пика, д. 4, к. 2, зал диссертационных советов.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского государственного социального университета по адресу: 129226, г. Москва, ул. В. Пика, д. 4, к. 3.

Автореферат размещен на сайте Российского государственного социального университета <http://www.rgsu.net>.

Автореферат разослан « 4 » сентября 2010 года

Ученый секретарь
Диссертационного совета,
к.с.н., доцент



И.В. Долгорукова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современная Россия на рубеже XX–XXI веков включилась в глобальные экономические, политические и, что представляется не менее значимым, культурные процессы, в том числе связанные с массовой культурой, информационной средой, досуговыми практиками. Изменения, происходящие в сфере досуга, повышение значимости той роли, которую она играет в жизни современного российского общества, начинают оказывать принципиальное влияние на формирование социальных отношений.

Сфера досуга испытывает на себе значительное влияние таких сфер общества, как экономическая и культурно-духовная. Однако, если с культурой, с её освоением, с процессом самосовершенствования человека, досуг связан исторически, то его включение в систему отношений «производство—потребление», которая является характерной особенностью последнего времени, в конечном счете, приводит к возникновению сущностного противоречия между культурными ценностями и стереотипами потребления.

Само по себе данное противоречие оказывает влияние на формирование общественного сознания и выбор членами общества тех или иных моделей поведения. Социальные отношения, которые формируются на базе такой сферы досуга, приобретают характер потребления. Общество, которое складывается на основе таких отношений, в мировой социологической и социально-философской науке уже давно получило определение как «общество потребления».

В этой связи актуальным представляется не просто исследование современного состояния сферы досуга, но анализ трансформаций этой сферы, определяемый становлением в России общества потребления и теми проблемами, которые сопутствуют этому процессу: разрушением

социальных связей, социальными болезнями, потерей ценностных ориентиров.

Из всех социальных групп наиболее восприимчивой к изменениям в обществе, к принятию новых принципов отношений между людьми становится молодёжь (при этом необходимо иметь в виду, что молодёжь 90-х и молодёжь 2000-х – это два разных поколения, имеющих свои особенности с точки зрения присущих им ценностей и ценностных ориентаций). Именно на эту социальную группу и ориентирована прежде всего современная сфера досуга, построенная на основе рыночных отношений, которая, в конечном счёте, поглощается индустрией развлечений.

Средой для проявления новых тенденций становится мегаполис как пространство, обладающее повышенной внутренней динамикой. При этом в столичном мегаполисе, который является культурным и экономическим центром России, отмеченные противоречия проявляются наиболее ярко.

Сфера досуга, в том числе молодёжного, как принципиально важный элемент общества потребления, в современной российской социологии ещё недостаточно изучена. Потребление, стереотипы, с ним связанные, с одной стороны, и культурные ценности, с другой, также требуют своего анализа в качестве оснований социальных отношений, социальных процессов, социальной структуры и сферы досуга, как одной из важнейших составляющих современного общества, определяемого как «общество потребления».

В качестве проблемы исследования выступает сущностное противоречие между культурными ценностями и стереотипами потребления, лежащими в основании сферы молодёжного досуга мегаполиса, которое проявляется в условиях становления в России общества потребления и оказывает влияние на формирование у молодёжи мировоззрения, отношения к окружающему миру и выбор модели поведения.

Степень научной разработанности проблемы исследования.

Важнейшие вопросы сферы досуга в рамках социологии впервые рассматриваются Т. Вебленом, с которым связывают само возникновение социологии досуга, в его работе «Теория праздного класса». Кроме того им уделяли внимание такие социологи-классики как Э. Дюркгейм, М. Вебер.

Среди важнейших эмпирических исследований досуга необходимо отметить работы «Средний город» (1925-29 г.) и «Преобразующийся средний город» (1937 г.) Р. и Х.М. Линд; «Городской досуг» (1934 г.) Дж. Ландберга и др.; «Досуг в Америке» (1960 г.) М. Каплана; «Досуг» (1970 г.) К. Робертса, «Досуг и общество в Британии» (1973 г.) М.А. Смита и др.

В качестве теоретического осмысления досуга в категориях социологии труда, социологии личности, семьи и т.д. можно выделить концепции Ж. Фридмана, Г. Беккера, Д. Рисмена и т.д. Публикации, отражающие завершение формирования социологии досуга как самостоятельной отрасли социологической науки: «Социология досуга» С.Р. Паркера (1976 г.) и «Эмпирическая социология досуга» Ж. Дюмазедье (1974 г.).

Среди других крупнейших исследователей этой сферы стоит отметить Д. Келли, Т. Кэндо, П. Бурдье, Р. Стеббинса, Д. Шиверса, Д. Нейлингера, С. Де-Гразия.

В отечественной науке общеметодологические проблемы социологии рекреации рассмотрены в работах И.В. Бестужева-Лады, И.А. Бутенко, В.Е. Гимпельсона, Л.А. Гордона, А.С. Орлова, Г.П. Орлова, и др. Наиболее значительно представлены проблемы проведения досуга в контексте исследований образа жизни различных групп населения, в том числе сравнительных исследований бюджетов свободного времени. Это работы В.И. Болгова, В.С. Тапилиной, Я.М. Рошиной, Э.В. Клопова, Ю.А. Левады, В.А. Артёмова, О.В. Артёмовой, А.А. Возьмителя, Н.Е. Тихоновой, Б.А. Грушина, В.И. Ильина, В.Д. Патрушева, Г.А. Пруденского, П.С. Ростовцева, С.Г. Струмилина и др.

Особенно активно в современной России изучаются проблемы молодёжного досуга. В ряду их исследователей можно назвать таких авторов как И.Н. Андреева, В.А. Бобахо, О. Бочарова, Э.С. Гареев, Н.Я. Голубкова, Г.С. Денисова, Ю.Н. Дорожкин, Ю.А. Зубок, О.И. Карпухин, З.В. Куприянова, С.И. Левикова, А. Лернер, В.Т. Лисовский, Ф.И. Минюшев, Л.Г. Новиков, С.П. Парамонова, О.В. Ромах, Л.Д. Рондели, Б.Л. Ручкин, В.В. Скороходов, В.Я. Суртаев, Б.А. Трегубов и др.

Из современных российских исследователей досуга можно также отметить Л.А. Акимову, и её труд «Социология досуга», Б.Г. Мосалева «Досуг: Методология и методика социологических исследований», А.С. Орлова «Социология рекреации», Г.Г. Сергеева «Социология рекреации: методические и прикладные аспекты», Б.А. Титова «Социализация детей, подростков и юношества в сфере досуга» и д.р. Значительный вклад в осмысление той роли, которую играет досуг в современном российском обществе внесли работы Д.В. Иванова «Виртуализация общества» и «Глэм-капитализм», В.И. Ильина «Поведение потребителей» и др.

Социологической школой Российского государственного социального университета также сделан вклад в рассмотрение социальных структур, институтов, процессов и отношений современного российского общества, что было использовано в контексте исследования сферы досуга. В этом отношении стоит отметить работы таких видных социологов как В.И. Жуков, Ю.А. Крючков, Э.Н. Фетисов, О.А. Уржа, Г.И. Осадчая, Д.К. Танатова, В.Н. Иванов, В.И. Патрушев, Т.Н. Юдина, И.В. Соколова. Вопросы принятия управленческих решений и критериального обеспечения управления, в том числе связанные с культурными ценностями рассматриваются О.С. Анисимовым.

Стоит отметить, что при значительном количестве работ, посвящённых обществу потребления (Ж. Бодрийяр, Р. Ванейгем, Г. Дебор, Г. Маркузе, Э. Фромм, Д.В. Иванов, В.И. Ильин), современной сфере досуга (Л.А. Акимова, Б.Г. Мосалев, А.С. Орлов, Г.Г. Сергеев, Б.А. Титов), их связь остаётся всё

ещё недостаточно раскрытой, особенно это касается современного российского общества. Практическое применение результатов исследований и практические рекомендации, связанные с использованием полученного знания для решения социальных проблем современного общества, также недостаточны.

Объект исследования – сфера молодёжного досуга мегаполиса.

Предмет исследования – особенности сферы молодёжного досуга мегаполиса в обществе потребления.

Цель исследования – на основе социологического анализа сферы молодёжного досуга мегаполиса разработать рекомендации для субъектов управления молодёжным досугом по нейтрализации негативных проявлений с ним связанных в условиях общества потребления в России.

Цель исследования реализуется в следующих **исследовательских задачах**:

- сформировать авторский теоретико-методологический подход к социологическому исследованию сферы молодёжного досуга;
- выявить особенности формирования сферы молодёжного досуга в условиях становления в России общества потребления;
- построить теоретическую модель сферы досуга в обществе потребления;
- выявить тенденции изменения досугового поведения и представлений о досуге молодёжи в обществе потребления;
- раскрыть процесс трансформации культурных ценностей молодёжи в обществе потребления;
- определить специфические характеристики современной государственной политики в области молодёжного досуга.

Теоретико-методологическую основу исследования, с учётом его междисциплинарного характера, представляют труды ведущих отечественных и зарубежных учёных по теории и методологии социологии, социологии досуга, социологии молодёжи, социологии управления,

социальной философии, социальной информатике, социальной психологии, теории культуры и культурологии; общенаучные методы – анализа и синтеза, индукции и дедукции, сравнения и обобщения, метод системного анализа. Эмпирические данные получены с помощью методов анкетирования, глубинного интервью и контент-анализа публикаций в СМИ.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы (федеральные и региональные целевые программы, законы и т.д.), регулирующие отношения в сфере культуры; официальные статистические материалы; данные социологических исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), фонда «Общественное мнение» (ФОМ), «Левада-центра» и др.

Эмпирическую базу исследования составляют данные социологических исследований, проведённых с участием автора:

- «Досуговые предпочтения посетителей торгово-развлекательных центров». Анкетный опрос посетителей торгово-развлекательных центров об их досуговых предпочтениях (n=400). Авторы: М.Ю. Дьяконов, А.Ю. Клюкин. Сроки проведения: июнь-август 2008 г.
- «Досуговые предпочтения посетителейочных развлекательных клубов». Серия глубинных интервью с посетителямиочных развлекательных клубов об их досуговых предпочтениях и ценностных ориентациях (n=50). Автор М.Ю. Дьяконов. Научный консультант Э.Н. Фетисов. Сроки проведения: сентябрь-ноябрь 2009 г.
- Материалы контент-анализа «Культурно-ценностные ориентации современного российского общества». Анализировались публикации еженедельного издания «Аргументы и факты» за 2008 г. Всего проанализировано 52 номера и 183 интервью с деятелями культуры, науки и шоу-бизнеса. Автор М.Ю. Дьяконов. Сроки проведения: май 2009 г.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в постановке актуальной проблемы, а также в полученных диссидентом научных результатах:

- сформирован авторский теоретико-методологический подход к социологическому исследованию сферы молодёжного досуга;
- выявлены особенности формирования сферы молодёжного досуга в условиях становления в России общества потребления;
- построена теоретическая модель сферы досуга в обществе потребления;
- на основе проведённого социологического анализа раскрыты характерные черты досугового поведения и представлений о досуге молодёжи общества потребления;
- раскрыт процесс трансформации культурных ценностей молодёжи в обществе потребления;
- разработаны практические рекомендации по усовершенствованию управленческой практики в области молодёжного досуга.

Основные положения, выносимые на защиту:

- основным принципом авторского теоретико-методологического подхода к социологическому исследованию сферы молодёжного досуга является опора на социокультурные и философские основания;
- характерные особенности формирования сферы молодёжного досуга в условиях становления в России общества потребления связаны с возникновением новых форм досуга, с их товарным характером и с тенденцией к распространению этих новых досуговых форм на всю территорию нашей страны и различные социальные группы;
- теоретическая модель сферы досуга в обществе потребления может быть представлена как сочетание четырёх составляющих

её структурных элементов, выделяемых на основании их базовых процессов: потребления (поведения, основанного на стереотипах потребления), освоения культурных ценностей, докультурного и культурного творчества;

- характерной чертой молодёжного досугового поведения является отсутствие проявления в нём творческого начала; ключевым элементом представлений о досуге, формирующихся в сознании молодёжи общества потребления, является его товарный характер. При этом созданный и тиражируемый СМИ стереотип досуга несёт в себе мнимую безальтернативность;
- процесс трансформации культурных ценностей молодёжи в обществе потребления, прежде всего, характеризуется тем, что современная молодёжь в своём досуге оказывается отчужденной от культуры, чьё влияние на сферу досуга несопоставимо с мощным воздействием индустрии развлечений;
- приоритетными направлениями современной государственной политики в области молодёжного досуга являются: изменение управлеченческих представлений о досуге, сфере досуга, культуре; разработка и реализация федеральных и региональных целевых молодёжных и культурных программ с опорой на новые критерии управления.

Теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования. Основные положения и выводы диссертации могут служить базой для систематизации знания о сфере молодёжного досуга в мегаполисе, а также для дальнейшего изучения сферы досуга в условиях формирования в России общества потребления. Основные положения диссертационного исследования могут быть использованы в преподавании социально-гуманитарных дисциплин: социологии досуга, социальной философии, культурологии.

Апробация работы. Материалы исследования были апробированы автором в выступлениях на Второй Международной научно-практической конференции «Акмеология – наука XXI столетия: развитие профессионализма» (Киев, апрель 2007 г.); на семинарах и организационно-деятельностных играх Московского методологического кружка; в работе методологического центра «Цивилизационные стратегии»; на заседаниях секции философских и методологических проблем естественных наук Московского общества испытателей природы.

Выводы и положения диссертационного исследования изложены в научных публикациях автора общим объёмом 3,9 п.л., использованы при чтении курсов «Основы менеджмента», «Исследование систем управления», «Теория организации», «Организационное поведение» для студентов Российской международной академии туризма, спецкурса «Основы управления сферой культуры» для студентов Академии менеджмента инноваций и спецкурса «Культурная политика и общество потребления» для студентов Российского государственного социального университета.

Структура работы определяется в соответствии с целью и задачами исследования и состоит из введения, двух взаимосвязанных глав, включающих шесть параграфов, заключения, библиографии, насчитывающей 232 наименования и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационной работы, анализируется степень её разработанности в отечественной и зарубежной научной литературе, определяются объект и предмет, цель и задачи исследования; формулируются теоретико-методологическая и информационная основы исследования; представляются основные положения, выносимые на защиту, имеющие научную новизну; приводятся сведения, характеризующие научно-практическую значимость работы и апробацию её выводов и положений.

Первая глава – «**Теоретико-методологические основы исследования сферы молодёжного досуга**» – обосновывается авторский теоретико-методологический подход к социологическому исследованию сферы молодёжного досуга; выявляются особенности формирования сферы молодёжного досуга в условиях становления в России общества потребления. В этой главе автор представляет теоретическую модель сферы досуга в обществе потребления.

В первом параграфе – «**Социокультурные основания социологического исследования сферы досуга**» – рассматриваются основные социокультурные теории, раскрывающие сущность сферы досуга как пространства потребления, их авторское концептуальное осмысление.

Социокультурным и философским основанием диссертационного исследования стали работы Ж. Бодрийара, Г. Дебора, Р. Ванейгема и Э. Фромма. Именно эти социологи и социальные философы обратили внимание на сферу досуга, её базовое положение в обществе потребления и поставили кардинально вопрос о связи сферы досуга с возникновением гиперреальности, подменяющей социальные отношения, и уходом от подлинности человеческого бытия.

Среди введённых ими представлений, которые оказались принципиально важны для всего исследования в целом, автор отмечает

выдвигаемое Жаном Бодрийяром положение о потреблении как манипуляции знаками, когда потребляются не сами вещи, а отношения; поскольку понимание потребления исключительно как процесса удовлетворения потребностей не позволяет проникнуть в саму сущность общества потребления. При таком подходе причины социальных проблем современного общества остаются неопознанными. Если все потребности удовлетворяются, то становится непонятно: в чем же причина растущей внутренней неудовлетворенности человека в таком обществе?

Не отказываясь от традиционного взгляда на потребление, как процесс удовлетворения потребностей, и от положений, введённых Ж. Бодрийяром, автор относит их к разным типам бытия. Стереотипы потребления переносятся из жизнедеятельностного типа в социальное бытие. Здесь оно получает другое содержание и реализуется через манипуляцию знаками. Благодаря этому становится возможным явление, определяемое Ж. Бодрийяром как симуляция – «порождение, при помощи моделей, реального без истока и реальности: гиперреального».

Ещё одну важную особенность общества потребления отмечает уже Ги Дебор. Он развивает ту часть теории К. Маркса, которая касается понятия «отчуждение». По мысли Г. Дебора, оно не ограничивается отчуждением доли труда в промышленном производстве, а переносится и на сферу досуга: свободное время перестаёт принадлежать человеку – оно отчуждается от него в пользу индустрии досуга. По мере того, как приращение капитала переходит от области производства к сфере свободного времени человека, досуг превращается в потребление.

Другой теоретик общества потребления, Рауль Ванейгем говорит о том, что центральное положение в обществе занимает уже не сфера производства, а сфера потребления, под которой он понимает именно сферу досуга. При этом на неё переносятся и все усилия по овладению человеком, по получению от него прибыли. Если К. Маркс в своих классических работах раскрывает сущность отчуждения в наёмном труде, в эксплуатации

производителя, то Р. Ванейгем обращает наше внимание, прежде всего, на сферу потребления. Он отмечает, что в той мере, в какой система терпит поражение на производственном фронте, она стремится к компенсации в сфере потребления. Человек, освобождаясь от своих функций производителя, попадает в плен своей новой функции, функции потребителя.

Эрих Фромм вводит важное представление о двух разных формах человеческого бытия: с модусом «киметь», черпающим силу в биологическом факторе, в стремлении к самосохранению и модусом «быть» (по сути – проявлять себя, дарить, делиться с другими, жертвовать собой), которая связана с присущей человеку потребностью в единении с другими людьми и боязнью одиночества. Э. Фромм приходит к выводу, что в конечном счёте общественное устройство, его ценности и нормы определяют, какая из двух обозначенных форм станет доминирующей.

Рассмотрение основных социокультурных теорий общества потребления позволяет автору раскрыть сущность и специфику сферы досуга в обществе потребления, что служит необходимым фундаментом для реализации программы эмпирического исследования сферы молодёжного досуга в мегаполисе.

Во втором параграфе – «Особенности формирования сферы молодёжного досуга в условиях становления в России общества потребления» – раскрывается сущность процесса формирования новой сферы молодёжного досуга в российском обществе, которое происходит в условиях становления в России общества потребления.

Само общество потребления – это естественный этап жизненного цикла европейской цивилизации. Вместе с тем оно при всей своей естественности возникновения и развития имеет манипулятивный характер, за счёт чего распространяется на другие страны, трансформируется само в себе. Само становление общества, в основе которого лежит манипуляция, возможно при условии достижения обществом экономики развитого капитализма (постиндустриального типа), высокого уровня информационных

технологий и высокого уровня социальной мобильности, которая обусловлена распадом жёстких иерархических отношений и развитием демократических процессов.

Становление общества потребления в современных условиях, особенно в странах, где оно имеет привнесённый характер, связано, прежде всего, не с самим уровнем потребления, а с распространением социальных отношений, построенных на стереотипе потребления.

Поскольку сфера досуга (в том числе и молодёжного) в 90-е годы претерпевала изменения вместе со всем российским обществом, на неё оказали значительное влияние события, происходящие в других его сферах – политике, экономике, культуре. Речь идёт не просто о возникновении новых форм досуга или изменении традиционных, но, фактически о формировании новой сферы молодёжного досуга на новых основаниях, поскольку старая, будучи связанной с целой системой государственных досуговых учреждений, оказалась в ситуации коллапса.

Сама ситуация перехода от государственного регулирования к рыночным отношениям радикально меняет условия, в которых происходят данные изменения: с одной стороны это касается приобретения досугом характера товара и установлением в сфере досуга товарно-денежных отношений, с другой же – происходит усложнение и дифференциация данной сферы.

Этот период времени в истории российского общества оказался связан с резким его расслоением, увеличением пропасти между богатыми и бедными. Что касается молодёжи, это приводит к практически полной невозможности организовать свой досуг культурным образом, в результате чего сам процесс социализации личности оказывается деформирован. Вместе с тем общая деградация культуры ведёт к разрыву вертикальных и горизонтальных социальных связей, разобщённости россиян. В данных условиях становление гражданского общества представляется крайне затруднительным. Ни политическая, ни культурная элита не исполняют

своих социальных функций, всё больше отдаляясь от простых россиян и от молодого поколения.

Что касается самих форм проведения досуга, то многие из них являются традиционными для молодёжи, но организуются уже по-другому, на новых основаниях, с иной идеиной базой. Так, среди занятий спортом можно выделить отдельно фитнес, экстремальный спорт (сноуборд, скейтинг, BMX, паркур и т.д.), киберспорт. В то же время определённая часть молодёжи продолжает проводить досуг, посещая кинотеатры, концерты, читая книги и журналы, смотря телевизор и слушая музыку, занимаясь в кружках или индивидуальным творчеством.

Но есть и такие формы досуга, которые явились совершенно новыми для российского общества, в то время как за рубежом они давно распространены. Например, такой вид досуга как шоппинг, представляющий из себя комплекс развлечений, основу которых составляет потребление, поход по магазинам и покупка товаров. Данная форма проведения досуга тесно связана с ещё одним новым для российского общества явлением – торгово-развлекательным центром. Сама идея этого места заключается в том, чтобы соединить потребление и развлечение, а точнее превратить потребление в развлечение.

Ещё одним новым видом молодёжного отдыха стал досуг в ночном клубе, который представляет из себя не просто ресторан, бар или дискотеку, но соединение всего этого с культурно-развлекательной программой и являющийся идеальным местом для таких отношений между людьми, которые характерны для общества потребления.

Рассмотрев все составляющие современной сферы молодёжного досуга, автор обращает внимание на новые явления в этой сфере, возникшие в связи с системными изменениями, которые произошли в нашем обществе. Эти новые явления имеют тенденцию к распространению на всю страну и охвату всех социальных групп, но, прежде всего, они проявляются там, где существует повышенный интерес ко всему новому. И такой средой

становится мегаполис как единое городское пространство и молодёжь как социальная группа. Все привычные формы досуга остаются популярными среди молодого поколения, однако диссертационное исследование обращено к тем группам молодёжи, которые оказались наиболее активно вовлечены в новые досуговые формы, в частности, это посетители торгово-развлекательных центров иочных клубов, которые и стали объектом эмпирического исследования.

В третьем параграфе – «Теоретическая модель сферы досуга в обществе потребления» – автором на базе введённых теоретических оснований и определённого категориально-понятийного аппарата предлагается теоретическая модель, служащая концептуальным фундаментом эмпирических исследований.

Проведение социологических исследований сферы молодёжного досуга в мегаполисе, досугового поведения молодёжи, которые не только бы фиксировали и отражали их внешние проявления, но и позволяли бы перейти к концептуальному осмыслению происходящих социальных процессов, приводят автора к необходимости построения теоретической модели сферы досуга в обществе потребления. При этом, создать необходимую базу для формирования собственного видения рассматриваемых проблем автору помогает обращение к различным подходам к исследованию сферы досуга, которые были предложены советскими, современными российскими и западными социологами.

Реализация поставленной задачи по построению теоретической модели требует введения определённого категориально-понятийного аппарата. При этом в категориях и понятиях для автора принципиальным является не акцент на внешней, описательной составляющей, а раскрытие сущности явлений и процессов. В связи с этим были введены следующие понятия: досуг, сфера досуга, свободное время, отдых, рекреация, потребление, стереотип потребления, культура, культурные ценности, инкультурация, молодёжь, мегаполис, подлинность и симулятивность.

В частности само понятие «досуг» трактуется автором (с опорой на экзистенциальную модель досуга) не только как «часть нерабочего времени, которая остаётся у человека после исполнения непреложных непроизводственных обязанностей»¹, но и как неотъемлемое условие существования, фундаментальное пространство свободы в целом человеческого бытия.

Результаты изучения сущности сферы досуга и всестороннее рассмотрение понятий с ней связанных позволяют автору предложить теоретическую модель сферы досуга в обществе потребления. Её особенностью является сочетание четырёх составляющих сферу досуга структурных элементов, выделяемых на основании их базовых процессов: потребления (поведения, основанного на стереотипах потребления), освоения культурных ценностей, докультурного и культурного творчества. Эта модель отражает положение сферы досуга между жизнедеятельностным и культурным типами бытия и трансляцию в сферу досуга стереотипов потребления из жизнедеятельности и культурных ценностей из пространства культуры. Рассматривая предложенную модель, автор отмечает как внутреннюю динамику сферы досуга, так и её динамику во внешней среде.

Вторая глава – «Анализ особенностей сферы молодёжного досуга мегаполиса в обществе потребления» – выявляются тенденции изменения досугового поведения и представлений о досуге молодёжи общества потребления; раскрывается процесс трансформации культурных ценностей молодёжи в обществе потребления и определяются специфические характеристики современной государственной политики в области молодёжного досуга.

В первом параграфе – «Исследование досугового поведения молодёжи общества потребления» – анализируются проведённые автором исследования: анкетный опрос посетителей торгово-развлекательных

¹ Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, французском и чешском языках. Редактор-координатор – академик РАН Г.В. Осипов. – М.: Издательская группа ИНФРА • М – НОРМА, 1998. – 488 с. (с. 77).

центров об их досуговых предпочтениях (среди молодёжи 16-25 лет); серия интервью с посетителямиочных развлекательных клубов об их досуговых предпочтениях и ценностных ориентациях (среди молодёжи 16-25 лет, посещающей клуб не менее двух раз в месяц); контент-аналитическое исследование публикаций еженедельного издания «Аргументы и факты» в форме интервью с деятелями культуры, науки и шоу-бизнеса, посвящённые ценностным основаниям российского общества, тем условиям, в которых существует российская культура и проходит свой путь социализации и инкультурации современная молодёжь, тенденциям возникновения новых досуговых практик и отношения к ним.

При этом исследовательский интерес автора заключается не в изучении конкретного содержания и структуры сферы молодёжного досуга в мегаполисе, а того, что лежит в основании этой сферы – культурных ценностей или стереотипов потребления. Исходя из этого, объектами исследования стали социальные группы, формы проведения досуга которых ещё двадцать лет назад не были характерны для России. Типичными же такие формы досуга являются для того типа общества, которое формируется в ней сегодня – общества потребления.

Представление о досуге в России претерпело за последние двадцать лет кардинальные изменения в связи с переходом к новому типу общественных отношений. В общественном сознании сформировался совершенно иной, по сравнению с предыдущим периодом исторического развития страны, образ досуга. Ключевым элементом нового образа досуга является его товарный характер, истоки которого лежат в самой сущности общества потребления. Как показывают результаты социологического опроса, проведённого автором, досуг для большей части респондентов становится продуктом потребления, который можно приобрести только за деньги. Так 86 % опрошенных проведение досуга связывают с денежными затратами. На вопрос «Часто ли ваш досуг связан с денежными тратами?» ответили

«всегда» – 29 %; «часто» – 57 %. Это свидетельствует о формировании стереотипа, что досуг обязательно связан с материальными расходами.

Индустрия развлечений заинтересована в том, чтобы потребитель постоянно возвращался за новой порцией готовых продуктов развлечения. Поэтому данная индустрия принципиально далека от любого творчества и мало зависит от инициативы и активности самого человека в социальном и культурном типах бытия. В сознании молодёжи создаётся образ досуга, который потребляется в уже готовом виде. Всё больше досуг строится на стереотипе потребления и инициатива человека требуется только для того, чтобы выбрать один или несколько из множества видов готовых продуктов. Реализуемую только таким суррогатным способом инициативу можно рассматривать как неиспользуемый ресурс развития не только отдельных людей, но и российского общества в целом.

Также данные анкетирования указывают на то, что между образом досуга, созданным и тиражируемым рекламой, телевидением, печатными изданиями, шоу-бизнесом, телесериалами и кинофильмами и той массовой досуговой практикой, которая реально существует, сформировался разрыв. То есть тиражируемый образ досуга, имеющий чётко выраженный товарный характер, несёт в себе мнимую безальтернативность. При этом в реальности всё ещё сохраняется значительное количество форм досуга не связанных с потреблением, а имеющих в своей основе социальную, социокультурную, творческую составляющую.

Результаты ответа на вопрос «Часто ли ваш досуг связан с денежными тратами?» у респондентов в значительной мере находится в противоречии с результатами их ответов на вопрос «Как Вы предпочитаете проводить свободное время?» Значительная часть названных форм проведения досуга позволяет проводить его как раз с минимальными денежными затратами или вообще без таковых. Например, популярны такие ответы: смотрю телевизор, просто отдыхаю, гуляю с друзьями, читаю, слушаю музыку, играю в компьютер, сижу в Интернете, хожу гулять с собакой.

Автор не связывает личное творчество напрямую с культурными ценностями как таковыми, но считает важным подчеркнуть, что элемент творчества в жизни человека как раз и даёт возможность ухода от манипуляций извне. Творчество предполагает внутренние основания активности человека, а не заданность его поведения, в том числе проведения досуга. Докультурное творчество, пока ещё не связанное с созданием собственно образцов культуры, является необходимым условием для инкультурации, для культурного творчества.

Что касается социокультурной среды, то в силу реальной ситуации, сложившейся сегодня в российском обществе, автор вынужден рассматривать не столько её саму, сколько результат её деструкции. В настоящее время сложилось такое положение, при котором культурное проявляется ситуативно, случайно, несистемно, тогда как среду формируют результаты подмены и они начинают воспроизводить сами себя.

Пространство культурного творчества в современном российском обществе деформируется не только под воздействием повсеместного распространения стереотипов потребления, но и в силу следующих негативных процессов: обрыва каналов трансляции в докультурное творчество культурных ценностей и постепенного угасания творческого импульса в социокультурной среде.

Все отмеченные выше деструкции, касающиеся восхождения в культуру, являются результатом нарушения системных связей между социальной сферой (и сферой досуга, как её составляющей), экономической сферой и сферой культуры в российском обществе.

Результаты эмпирических исследований позволили автору сделать принципиальные выводы о характерных особенностях сферы молодёжного досуга в мегаполисе, о противостоянии в этой сфере культурных ценностей и стереотипов потребления, на основе рассмотрения таких пространств досуга, как торгово-развлекательный центр и ночной клуб, таких явлений, как шоубизнес, телевидение, туризм и досуг, связанный с ними.

Во втором параграфе – «Трансформация культурных ценностей молодёжи в обществе потребления» – обращается внимание на рассмотрение проблем взаимосвязи социального (в частности сферы досуга) и культурного бытия: трансляции культурных ценностей в сферу досуга и выхода из сферы досуга в культуру. Для лучшего понимания вопроса автор вводит различие собственно *культуры* и *индустрии культуры*.

Изначально индустрия обеспечивает жизнедеятельность человека, улучшает условия социальных, политических, экономических, культурных процессов в вопросах их организации, информационного обеспечения и т.д. Но когда она начинает вторгаться в социальную сферу и полностью удовлетворяет запросы сферы досуга, то создаётся ситуация, при которой сервисная позиция деформирует базовую, вытесняя таким образом изначальную сущность социального бытия. Сложная проблема взаимодействия культурной и экономической сфер решается через подчинение культуры экономике, её критериям.

Организация бытия любых сфер по индустриальному типу (образцу) – так, как осуществляется производство материальных ценностей (и соответствующее производству потребление), приводит к тому, что культура и искусство заменяются шоу-бизнесом и индустрией развлечений, путешествия – туризмом. Таким образом, критерии деятельностиного и экономического типа переносятся на сферы, имеющие отличную от них сущность и живущие другим образом.

Под массированным воздействием индустрии развлечения современный молодой человек в своём досуге, организуемом в пространстве мегаполиса, оказывается практически отрезан от культуры. Влияние культуры на сферу досуга несопоставимо с мощным влиянием индустрии. Российское государство в условиях рыночной экономики имеет возможность проводить культурную политику только в узком бюджетном секторе. Соответственно, его влияние недостаточно для построения гармоничных взаимоотношений сферы досуга и культуры.

Более того, демонстрируемое прагматическое отношение к вопросам культурных ценностей в области государственной политики (ориентация культурных и досуговых процессов на самоокупаемость, приоритетность экономических критериев), предопределенное достижением ситуационно значимых целей, делает обеспечение ими сферы досуга ещё более затруднительным. При этом перспективы развития не только отдельных социальных групп или территорий, но и всего российского общества в целом, автор связывает с изменением управлеченческих представлений о досуге, сфере досуга и культуре.

В третьем параграфе – «Роль современной государственной политики в области совершенствования культуры досуга молодёжи» – рассматриваются такие инструменты государственной политики в области совершенствования культуры досуга молодёжи, как федеральные, региональные и муниципальные целевые программы. Делаются выводы, которые позволяют охарактеризовать большинство подобных программы как поверхностные – ориентированные на внешнюю, количественную сторону проблемных явлений. Поверхностная программа не позволяет проводить эффективную социально-культурную политику, от которой требуется внимание к сущности социальных процессов, видение системных связей, постоянство в создании и поддержании социокультурной среды, которая реализуется через повседневность человека, через его каждодневный досуг.

С другой стороны, автор приводит положительные примеры программ, в которых находит своё отражение связь совершенствования культуры молодёжного досуга с решением проблем социальной безопасности, в частности со «снижением криминогенной напряженности в молодёжной среде города», которые, в качестве фундамента, имеют представление о культуре досуга как основании для преодоления социальной разобщённости и нейтрализации деструктивных социальных процессов.

Также автором рассматриваются вопросы финансирования культуры и досуга. Сохраняющийся остаточный принцип финансирования этих сфер и

выводы, сделанные в результате анализа федеральных, региональных и муниципальных целевых программ, приводят автора к идее о необходимости изменения управлеченческих представлений о досуге, о сфере досуга и о культуре, изменению критериальной базы управления.

На основе анализа федеральных и региональных целевых программ в области совершенствования культуры досуга молодёжи, автор предлагает практические рекомендации по усовершенствованию государственной молодёжной и культурной политики.

Управление досугом должно стать одним из целевых направлений современной молодёжной политики, соответственно тому значению, которое сфера досуга имеет в современном обществе. Необходимость этого продиктована также теми угрозами, которые имеют отношение к этой сфере: потеря ценностных ориентаций, концентрация исключительно на потреблении, асоциальный и аутодеструктивный характер досуга (алкоголизм, наркомания, компьютерная зависимость и т.д.). В самой сфере досуга содержатся ресурсы решения этих проблем – те его формы, которые связаны с морально-нравственным, физическим развитием, освоением культурных ценностей, докультурным и культурным творчеством. Поддержка этих форм должна стать одной из задач государственной молодёжной политики. Приоритетным в этом отношении является совершенствование культуры досуга молодёжи на муниципальном уровне.

Кроме того, с управлением досугом напрямую связана задача построения гражданского общества в России, поскольку досуг имеет мощный потенциал объединения людей, развития их творческих качеств, инициативности, гражданского самосознания. В этом отношении важна поддержка спонтанной активности и инициатив молодёжи, отдельных молодёжных групп и вовлечение в общее дело даже самых пассивных.

При этом отмеченные необходимые изменения государственной политики в области совершенствования культуры досуга молодёжи должны сопровождаться развитием самой управленческой практики. Это касается и

критериальной базы управленцев, без опоры на которую невозможно принятие стратегических управленческих решений, и проектирования целевых программ, и подготовки кадров, имеющих не только актуальные, но и сущностные представления об объекте управления.

В **Заключении** диссертационного исследования подводятся итоги, обобщаются результаты и формируются основные выводы, которые свидетельствуют о выполнении поставленных задач.

Библиография содержит перечень источников, использованных при написании диссертационного исследования, в том числе – публикации зарубежных авторов на языке оригинала.

Основные выводы и положения диссертации отражены в публикациях автора:

В изданиях, рекомендованных ВАК Минобразования и науки РФ:

1. Дьяконов М.Ю. Культурные ценности в утилитарном контексте // Социальная политика и социология. – М., 2009. – № 5. (0,4 п.л.).
2. Дьяконов М.Ю. Путешествие и туризм: внешнее подобие и сущностное различие в аспекте культурных ценностей // Социальная политика и социология. – М., 2009. – № 11, часть 1. (0,5 п.л.).
3. Дьяконов М.Ю. Сфера досуга в обществе потребления: теоретические аспекты // Социальная политика и социология. – М., 2010. – № 5. (0,8 п.л.).

Другие публикации:

4. Дьяконов М.Ю., Клюкин А.Ю. Критериальные основы управления социо-культурной динамикой в России на федеральном и региональном уровне. – М.: НОУ «АМИ», 2007. – 2 п.л. (авторские – 1 п.л.).

5. Дьяконов М.Ю. Сфера культуры и досуга: к вопросу о необходимости понятийной определенности // Актуальные проблемы гуманитарных наук (история, педагогика, социология). – М.: Издательство РГСУ, 2007. – Вып. 3. (0,3 п.л.).
6. Дьяконов М.Ю. Сфера культуры и экономическая эффективность в ФЦП «Культура России (2006 – 2010 годы)» // Актуальные проблемы гуманитарных наук (психология, педагогика, история, социология). – М.: Издательство РГСУ, 2008. – Вып. 4. (0,3 п.л.).
7. Дьяконов М.Ю. Пространство детства в обществе потребления // Информатика, социология, экономика, менеджмент. – М.: НОУ АМИ, 2010. – Выпуск 7 (часть 1). (0,4 п.л.).
8. Дьяконов М.Ю., Клюкин А.Ю. Культура как основа безопасности // Информатика, социология, экономика, менеджмент. – М.: НОУ АМИ, 2010. – Выпуск 7 (часть 1). (0,4 п.л., авторские – 0,2 п.л.).

2

ООО «ВНИПР» 127644, Москва, Клязьминская ул., д.15 (495) 486-80-76

зак. № 8232 от 02.09.2010 г. тираж 100 экз