



ухудшилось – считают 30,7% опрошенных в г. Саратове и практически столько же (31%) в г. Ульяновске, тогда как в Оренбурге таких студентов в 1,5 раза больше (49%).

На вопрос: «Как Вы думаете, есть ли необходимость в том, чтобы проблема здоровья детей и молодежи широко обсуждалась в стране?» – 33% опрошенных ответили, что совершенно уверены в этом; каждый десятый не очень уверен и затруднился с ответом. На вопрос: «Как Вы думаете, должно ли образование в России широко заниматься проблемами сохранения здоровья?» – 62% учащихся ответили утвердительно и 2% – нет. «Как Вы думаете, – спросили студентов, – необходимо ли увеличить объем знаний при преподавании дисциплин, связанных с сохранением здоровья?» Совершенно уверены в этом только 13% респондентов, каждый третий уверен в этом, а остальные сомневаются в этом или затруднились с ответом. На вопрос: «Используете ли Вы в своей повседневной жизни знания, которые Вы получили в университете о здоровье?» – 27% студентов ответили утвердительно, 26% – нет,

остальные считают «иногда». Можно сказать, что, несмотря на актуализацию этой проблемы, институт образования проводит недостаточную работу по формированию культуры здоровья. Вот почему необходимо радикально усилить работу по формированию социального здоровья молодежи в школах и вузах с тем, чтобы молодые люди более эффективно могли использовать знания, культурные практики для сохранения и восстановления как своего здоровья, так и здоровья своих будущих детей.

Примечания

- 1 См.: Ивахненко Г., Голусова Ю. Современное студенчество: социологический портрет // Высшее образование в России. 2003. № 5. С. 110–112; Козина Г. Ю. Социологический анализ поведения студенческой молодежи в отношении здоровья и факторов ЗОЖ // Вестн. Тамбов. ун-та. 2007. Вып. 7(51). С. 282–287.
- 2 См.: Рагимова О. А. Социальное здоровье молодого поколения // Социально-гуманитарные знания. 2008. № 1. С. 120.
- 3 Там же. С. 119–121.

УДК 316.334: 379.8

ДОСУГ В ОБЩЕСТВЕ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РАМКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

О.В. Понукалина

Саратовский государственный социально-экономический университет,
кафедра экономики труда и управления персоналом
E-mail: okspo@list.ru

В статье рассматриваются теоретические подходы к исследованию досуга в условиях общества массового потребления; исследуются причины сближения и взаимопроникновения практик досуга и потребления горожан.

Ключевые слова: досуг, общество, потребление.

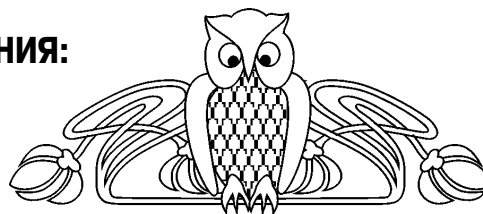
Leisure within Society of Mass Consumption: Approaches to Research

O.V. Ponukalina

In the article theoretical approaches to research of leisure in conditions of a society of mass consumption are considered. The reasons of association of leisure and consumption of the townspeople are investigated.

Key words: leisure, society, consumption.

Устойчивый интерес к социологическим и экономическим интерпретациям досуга оформился сравнительно недавно – появление первых, ставших уже классическими, работ, посвященных проблематике досуга, приходится на конец шестидесятых. Крупный теоретик досуга Дюмазедье (Dumazedier) в своих аналитических построениях,



представленных в работе «Sociology of Leisure», оптимистично заявляет, что «цивилизация досуга» уже наступила. А это значит, что современный досуг не является, как прежде, «приложением» к труду – отдыхом от него и подготовкой к нему. Самоценный, самодостаточный характер досуга сделал его независимой переменной. Автономизация досуга, изменение его ценностной структуры – свидетельство коренных преобразований в социокультурном пространстве, обуславливающих проникновение досуговых практик во все сферы повседневной жизни. Уже в последней трети прошлого века на новые тенденции горячо откликается бизнес – производство товаров и услуг для досуга становится одним из наиболее прибыльных видов экономической деятельности.

Потребность в систематизации досуговых исследований пробудила к жизни ряд классификаций, моделей, аналитик, направленных на идентификацию устойчивых полей исследовательского интереса. Среди наработок в области социологии досуга наибольший интерес представляют основные модели досуга по М. Каплану, подходы к изучению досуга по Л. Хейвуду, мотивационные



модели досуга Дж. Келли, взаимосвязь досуга и работы по М. Каплану, более современное исследование стилей и форм досуга Р. Стеббинсона.

Можно проследить, как значение понятия «досуг» менялось с течением времени. В словаре В. Даля досуг определяется в известном значении – свободное, незанятое времени (гулянки, гулячая пора, простор от дела), а также как умение или добрые качества. По Далю, досужливый – это мало занятой, часто свободный, а досужий – умеющий, способный к делу, ловкий. В современном словаре С.И. Ожегова второе значение у слова «досужий» исчезло, зато появилось негативное значение («Досужие мысли появляются от безделья»). Подобные изменения в смыслах и значениях употребляемых нами понятий показывают глубинные культурные сдвиги и трансформации, потерю понимания того, как «творческий характер культуры противостоит расчетливости цивилизации, духовный труд – физическому труду, как праздник – будням, досуг – работе, свобода – необходимости, как связаны досуг и умение, как они важны для социума и культуры»¹.

В конце 40-х гг. прошлого столетия Й. Хейзинга показал, что общая тенденция изучения досуга отличается формализмом, сепарацией его от других сфер человеческой активности и общего социального контекста, что обусловлено вспомогательным, вторичным положением по отношению к труду².

В Советской России феномен свободного времени привлекал к себе внимание ученых различных областей науки в связи с «общественной стоимостью» воспроизводства рабочей силы. Выдвигалась «проблема создания необходимых условий для рационального использования трудящимися свободного времени, организации содержательного и полезного досуга»³. В результате сложившееся представление о том, что досуг вторичен по отношению к работе, долгое время оставалось очень устойчивым. Советский период привнес в общественное сознание ощущение того, что повседневная жизнь людей, их быт – это просто придаток производства. Однако не все так однозначно и советские социологи признавали тот факт, что от того, какими благами цивилизации люди могут пользоваться в быту и как они ими пользуются, зависят в конечном счете характер, направление и темпы экономического развития, общественного прогресса в целом.

Российская социальная наука небогата широкими исследовательскими программами и концептуальными открытиями в отношении досуга. Изучение сферы досуга часто входило в контекст более широких исследований образа жизни, бюджетов времени. Изучение свободного времени в семидесятые-восьмидесятые годы носило в основном социально-статистический характер, с началом же перестройки исследования острых социальных проблем – расслоения общества, безработицы, катастроф, крушения

привычных институциональных практик – прочно занимают центральное место на страницах солидных социологических журналов. Долгое время социологии досуга отводилась периферия научного интереса.

На сегодняшний день среди отечественных исследований досуга следует отметить работы Г. Зборовского, Т. Киселёвой, А. Маршака, Г. Орлова, С. Струмилина, Н. Хренова, Т. Черняевой. Свободное время как социологическая категория анализируется Б. Грушиным, Л. Гордоном, В. Патрушевым. Исследования этого плана традиционно ведутся в контексте изучения распределения свободного времени (школа В.Д. Патрушева). Методология исследования досуга – предмет научного рассмотрения Б. Мосалёва. Определение механизмов использования свободного времени, рассмотрение особенностей досуговой деятельности в зависимости от возраста и доходов представлено в работах И. Бутенко, Л. Михайловой.

В течение последних десятилетий социология досуга претерпевала несомненные изменения под влиянием смены общетеоретических парадигм. В этом ракурсе менялись акценты целевых установок исследований бюджетов времени: от анализа процессов, свидетельствующих о сдвигах в сторону постиндустриализма, многие исследователи переходят к качественному изучению деятельности, распределенной во времени, снижая компоненту репрезентативных статистик расходов времени. Эта область исследований в рамках качественной методологии приобретает принципиально иное содержание и начинает сближаться с культурологической тематикой.

Тем не менее на сегодняшний день необходимость методологической, теоретической и эмпирической разработки проблематики досуга и свободного времени становится все более острой. Этому способствуют процессы экономической интеграции и социокультурные трансформации. Изучение досуга – это не столько исследование физического пространства, определенное времени или полученной свободы. Это, скорее, ориентация на то, что означают свобода, выбор, гибкость, самоопределение в рамках данной социальной формации. Это анализ производства и воспроизводства социокультурных ресурсов. Это усиление внимания к сложившимся социальным практикам в пространстве досуга и выявление новых, возникающих уже в киберпространстве.

На сегодняшний день сфера досуга требует серьезных эмпирических исследований. В фокусе внимания социальных исследователей могут оказываться различные проблематики, связанные с досугом, например модели проведения досуга, анализ предпочтений в проведении свободного времени, социальная стратификация и досуг, связь досуга с важнейшими социальными институтами, феноменология и экзистенция, досуг и идентичность, специфика потребления услуг досуговых сервисов. С нашей точки зрения, актуальным



становится исследование досуга в связи со становлением российского общества потребления.

По мере развития российского общества и с ростом значимости культуры, ценность свободного времени в сознании граждан возрастает. Как справедливо отмечает Г. Зборовский, этот процесс весьма противоречив, на него оказывают влияние различные факторы. Особенно заметно воздействие рыночных отношений и деятельности людей, связанных с их внедрением в жизнь российского социума. Происходит актуализация, с одной стороны, предпринимательских, с другой – потребительских ценностей⁴.

Следует отметить, что досуг предполагает осознанный выбор значимых альтернатив из множества возможных видов активности. Если в трудовой деятельности недопустимы импровизации, спонтанность, эмоциональность, то досуговая деятельность, напротив, строится на импульсивности, самопроизвольности, экспрессивности, непредсказуемости. В досуговых формах не только преобладают игровые элементы, но и сам досуг зиждется на законах построения игры, перерастая, таким образом, в игровую социальный феномен.

Досуговая деятельность не регламентирована нормами производства, но детерминирована социальными, культурными и экономическими условиями жизни. Она обусловлена, с одной стороны, уровнем культурного развития самой личности, что проявляется в системе запросов и целевых установок, а с другой – теми возможностями, которые общество предоставляет человеку для реализации его интересов. Возможности раскрываются в системе условий, или, точнее, организационных форм, обеспечивающих осуществление разных типов досуговой деятельности.

Вот тут то и возникает ограничение свободы выбора, или, точнее, «иллюзия выбора». Именно производство товаров и услуг, ориентированных на свободное время, стало одной из первых, наиболее прибыльных форм бизнеса и предпринимательства в нашей стране. И даже в условиях экономического кризиса эта сфера все равно продолжала успешно развиваться. Данные процессы отражают общую закономерность, которая проявилась во всем мире – в развитых странах в XX столетии наступил «рекреационный бум», выразившийся в стремительном росте индустрии отдыха. Как отрасль экономики, досуговые и рекреационные услуги переместились за короткий исторический этап с малозначительного места на одно из первых по важности и прибыльности.

Ночные клубы и игорный бизнес, игровые автоматы и компьютерные игры, туристические и коммерческие поездки за рубеж и шоу-бизнес – вот далеко не полный перечень тех форм предпринимательства, которые активно зарождаются и развиваются в России, начиная с 80–90 гг. XX столетия. После рабочего дня человека ожидают автоматизированные развлечения, вызывающие стереотипные реакции и, по сути, не оставляю-

щие большой свободы. В. Яковлев отмечал по этому поводу: «Свобода стандартизированного, шаблонного досуга – мнимая свобода! Вместо обогащения культурой она лишь продолжает и усугубляет процесс обезличивания»⁵. Задача разумной культурной политики заключается в том, чтобы связать «потребительский террор», рост производства и повышение уровня индивидуальных потребностей, в том числе и в досуге.

В досуге реализуются множество функций, среди которых можно выделить две основные – восстановление сил человека и его духовное и физическое развитие. В соответствии с функциональной направленностью досуга учреждения сферы культуры и досуга можно дифференцировать на культурно-развлекательные и культурно-просветительные. К культурно-просветительным относятся услуги музеев, библиотек, театров: через эти учреждения удовлетворяются потребности в интеллектуальном и духовном развитии человека. Большая часть таких услуг предоставляется в основном государственными учреждениями.

Развлекательные услуги априори лишены глубокого интеллектуального содержания и смысла. С точки зрения социальных исследователей «их положительное влияние для социума заключается не в привлечении к духовному развитию, а в отвлечении от антикультурных проявлений – таких как пьянство и наркотики, или деструктивных психологических изменений, которые могут вызвать социальная заброшенность, скука, депрессия»⁶. Индустрия досуга, ориентированная на развлечения, дает возможность человеку отвлечься от рутинной повседневности, получить заряд положительных эмоций и ощущений; услуги индустрии досуга широко рекламируются в СМИ, как правило, стоят дорого и приносят доход ее строителям.

Потребление играет важную роль в нашей действительности, и многие современные западные страны часто называют обществом потребления. В России сегодня активно внедряется новая модель существования, ориентированная на потребление. В массовое сознание россиян успешно встраиваются ценности общества массового потребления с помощью рекламы, СМИ, моды, брендинга. Потребление становится элементом повседневной жизни, способным по-новому структурировать общество, объединять или разъединять индивидов.

Средства массовой информации становятся главной силой, формирующей представления людей о действительности. Презентируя то, что покупается и приносит максимальную прибыль, СМИ тем самым превозносят личное потребление в качестве главной цели существования современного человека. Как отмечают исследователи, «в иллюзорном мире телевидения никто не работает, кроме полицейских и преступников. Это мир потребления без производства. Капиталистическая



культура и телевизионная культура идеально подходят друг другу, потому что и та, и другая во главу угла ставят доход... Если учитывать, что население России менее критично, менее опытно в восприятии и анализе информации, и России во многом свойственна инерция доверия к СМИ, то становится очевидным духовная уязвимость ее населения...»⁷.

Общество потребления – это совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком. В отличие от высоко-развитых стран мира общество потребления формируется в России в виде оазисов в кризисном социальном пространстве. Лишь меньшинство населения имеет возможность жить в них. Большинство же находится в виртуальном обществе потребления, которое можно наблюдать с помощью телевидения, разнообразной рекламы, в магазинах и на улицах, к которому можно стремиться, но в которое нет шансов войти⁸.

«Говоря об обществе потребления, мы имеем в виду нечто большее, чем банальный тезис о том, что все члены этого общества «потребляют»; все люди, более того, все живые существа «потребляют» с незапамятных времен... Способ, которым сегодняшнее общество «формирует» своих членов, – пишет З. Бауман, – диктует в первую очередь обязанность играть роль потребителей»⁹.

Разумеется, в любом обществе индивидуальное потребление составляет наряду с производством его базис. Но лишь на определенном этапе развития индивидуальное потребление подвергается глубокой институционализации и превращается в ключевой фактор экономического развития страны. С одной стороны, оно все глубже опосредуется институтом рынка, а с другой – существование рынка, относительно независимого от индивидуального потребления, невозможно. Ни одна страна не может быть исчерпывающе описана как общество потребления¹⁰.

Потребительский бум приходится на тот период, когда многие западные страны переживают новый этап своего развития, называемый постсовременность или постмодерн. До сих пор ведутся острые научные дискуссии как относительно названия данного периода развития (постиндустриальное общество (А. Турен, Д. Белл), посткапиталистическое общество (Р. Дарендорф), пострыночное общество (П. Друкер)), так и правомерности утверждения о конце эпохи модерна. Однако при всем многообразии лексического оформления, суть одна – современные западные страны, достигнув пика своего индустриального роста и материального изобилия, вступают в новый период развития, характеризующийся определенными особенностями. Часто главной определяющей чертой постмодернизма называют потребление.

В обществе постмодерна имеет место бесконечное умножение товаров и услуг, благодаря

чему человек оказывается в большей степени не в среде себе подобных, а в поле объектов. Создается новая реальность, в которой ключевой формой деятельности выступает потребление. Выделим некоторые характерные особенности общества постмодерна, подмеченные различными авторами, и прокомментируем их с точки зрения нашего исследовательского интереса:

– *снижение роли материального производства и ускорение развития сферы услуг.* Так, например, индустрии туризма и досуга становятся одними из прибыльных сфер деятельности и вложения капитала;

– *изменение характера потребления – индивидуализация потребления как одного из способов самовыражения и проявления индивидуальности, возрастание роли символической функции потребления.* На сегодняшний день потребление услуг досуговых сервисов выступает и как способ построения своей идентичности, и как средство подтверждения своей статусной принадлежности;

– *возрастание роли сервисного класса и специалистов – профессионалов.* Одним из ключевых моментов в выборе услуг того или иного досугового сервиса является качество обслуживания. Борьба за потребителя вынуждает работодателей постоянно поддерживать и усиливать профессиональный уровень персонала, вводить так называемые «стандарты обращения к клиенту», шаблоны «работы с возражениями» и «отстройки от конкурентов». Именно по поводу сервиса обслуживания Ж. Бодрийяр отмечал: «... эта “лучезарная” забота, это “теплое окружение” не имеют на самом деле ничего непосредственного, потому что они произведены институционально... Было бы удивительно, если бы не проявилась в самой тотальности заботы ее экономическая и социальная истина»¹¹. По сути дела «система заботы является системой производства – производства коммуникации, человеческого смысла услуг»;

– *становление нового опыта досуга под влиянием идеологии «принудительного потребления»*¹². Все чаще выбор досуга обуславливается не истинными потребностями индивида, а влиянием досуговых сервисов, непринужденно навязывающих свои предложения с помощью рекламы, акценте на «имиджевых» составляющих услуг, их символической ценности.

Наиболее характерная особенность постмодерна – изменение характера потребления, его функций и социального значения, – все чаще оказывается в центре внимания социальных исследователей. Этот феномен социальной реальности формирует новую отрасль социологии – социологию потребления. Потребительство с позиций модернистского и постмодернистского подходов рассматривают З. Бауман, Ж. Бодрийяр, П. Бурдьё, Т. Веблен, Дж. Ритцер.

Таким образом, в данной статье нами очерчены концептуальные рамки исследования досуга в обществе массового потребления.



Досуг является одной из жизненно важных сфер существования человека, где обретается потенциальная возможность всестороннего личностного развития за рамками жестко детерминированных производственных и сервисных процессов. Становление идеологии общества потребления в сегодняшней России существенным образом повлияло на сферу досуга. Досуговая активность индивидов вне контекста потребления услуг или товаров для отдыха и досуга сводится до минимума; и наоборот, потребление в сфере досуга преобладает над другими сферами человеческой деятельности. С одной стороны, происходит увеличение объемов потребления услуг досуговых сервисов жителями больших городов, с другой стороны все больше горожан значительную часть своего досуга тратят на потребление. Самодеятельность индивида в свободное время сведена к минимуму, крайне ограничены возможности непредвзятой оценки выбора предложений со стороны индустрии досуга; в эпоху заполняющей все рекламы для творческого досуга не остается места, социальное пространство и время заполняются практиками потребительства.

УДК 316.74:378

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ИЗМЕРЕНИЯ КАЧЕСТВА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

И.Г. Малинский

Саратовский государственный университет,
кафедра социальной информатики
E-mail: mig@info.sgu.ru

В статье рассмотрены актуальные вопросы перехода высшей школы Российской Федерации на двухуровневую систему обучения, в центре которой находится проблема качества образования.

Ключевые слова: качество образования, критерии измерения качества образования, показатели измерения качества образования.

Indexes and Measure Criterions Quality of Sociological Education

I.G. Malinsky

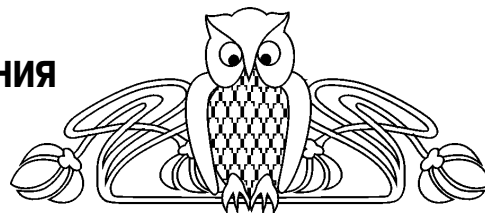
The article covers present-day topic – the transit of Russian Federation higher school to the two-tier system. The central problem of the two-tier system is the quality of education.

Key words: quality of education, criterions of quality of education measure, indexes of quality of education measure.

Переход российской высшей школы на двухуровневую систему подготовки специалистов выдвигает на первый план проблему качества образования. Качество лежит в основе развития общеевропейского пространства высшего об-

Примечания

- 1 Культурно-досуговая сфера Москвы в оценках населения. М., 2006. С. 11.
- 2 Хейзинга Й. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М., 1997.
- 3 Пича В. Культура досуга. Киев, 1990. С. 5.
- 4 Зборовский Г.Е. Социология досуга и социология культуры: поиск взаимосвязи // Социс. 2006. № 12. С. 61.
- 5 Яковлев В. Социальное время. Ростов н/Д, 1980. С. 28.
- 6 Культурно-досуговая сфера... С. 6.
- 7 Там же. С. 14.
- 8 Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. №2. С. 3–40.
- 9 Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. М., 2004. С. 115–116.
- 10 Ильин В.И. Указ. соч. С. 3, 4.
- 11 Бодрийяр Ж. Общество потребления. М., 2006. С. 207.
- 12 Фаулер Б. Пьер Бурдьё и теория культуры: критический анализ // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология. 1999. № 3.



разования и именно этому вопросу уделяется особое внимание. В соответствии с принципом институциональной автономии ответственность за обеспечение качества лежит на каждом из вузов, что является основой формирования национальных систем по обеспечению качества, которые должны включать:

- 1) определение обязанностей участвующих органов и учреждений;
- 2) оценивание образовательных программ и вузов, включая внутреннюю и внешнюю оценку, участие студентов, публикацию результатов проведенной экспертизы;
- 3) создание системы аккредитации, аттестации и сопоставимых процедур оценки качества;
- 4) развитие международного партнерства и сотрудничества, создание национальной информационной сети по проблемам образования.

Разработка проблемы качества высшего образования на европейском уровне предполагает создание набора согласованных стандартов, процедур и руководящих принципов обеспечения качества, исследование способов создания адекватной со-