

Андреева А.В.

К. филос.н., доцент кафедры рекламы и социально-культурной деятельности

Сибирский федеральный университет

Гуманитарный институт

г. Красноярск

Анализ базовых тенденций развития форм интеллектуального досуга на территории красноярского края

Рассмотрение базовых тенденций в структуре развития интеллектуального досуга связано с изучением функционирования основных направлений социально-культурной деятельности в рамках урбанизированной территории, в нашем случае Красноярского края. Основу развития социальнокультурной сферы составляет фундамент представлений о значимых культурных универсалиях, которым оперирует не только потребитель культурных благ, но и их творец, т.е. субъект социально-культурной сферы. Согласно данным социологического опроса, можно сделать вывод, что значимость витальных ценностей традиционно является наиболее стабильной. Жизнь, здоровье, безопасности и благосостояние выделяются респондентами как наиболее значимые, оформляя по степени значимости основные культурные универсалии: гигиена, образование, личное имя. Отметим, что общая тенденция в становлении иерархии ценностей на сегодняшний день проявляется в отсутствии необходимости следования моде с одной стороны и в опасливом отношении к любого рода культурным новациям.

Аксиологический срез социологического исследования позволяет говорить о сохранении в сознании потребителя установки на понимание культурно-досуговой деятельности как, прежде всего, институционализированной формы организации свободного времени. Потребитель видит основными задачами учреждений культуры повышение культурного уровня и организацию свободного времени жителей. Этому же мнению придерживаются эксперты, полагая наиболее вероятной тенденцией развития культурно досуговой сферы Красноярского края количественное преобладание государственных и муниципальных субъектов культурно-досуговой сферы над частными. Институциональность как основную форму культуротворчества населения отличают также такие признаки как традиционность, целенаправленность и типичность. Превалирование в социокультурной сфере культурных ценностей и норм, охраняемых системой государственных институтов и государственной идеологией, является основополагающей тенденцией развития современной культурно-досуговой среды на урбанизированной территории. Это достаточно тревожный признак, так как для баланса изменчивости и устойчивости социально культурной сферы необходима

функциональная и смысловая взаимодополняемость институционального и неинституционального уровней.

Вектор сохранения и традиционности, на наш взгляд, как базовое направления развития социокультурной сферы региона проявляет себя на всех уровнях досуговой деятельности: от пассивного потребления до экстерииоризации. Потребитель, согласно данным социологического опроса, чаще всего принимает участие в традиционных видах организованного досугового препровождения, таких как концерты (44%), выставки (40%).

Экспертное мнение по этому вопросу также достаточно оптимистично. В ходе Делфи-опроса наиболее вероятной тенденцией развития называется количественное преобладание государственных и муниципальных субъектов культурно-досуговой сферы над частными.

Однако это базовая тенденция доминирования традиционных форм досуговой деятельности содержит в себе очевидное противоречие между стихийно формирующейся потребительской культурой и предложением со стороны социокультурных институтов учрежденческого типа. О стихийном пути формирования потребностей современного участника социокультурных процессов говорит ответ на вопрос о факторах, влияющих на повышение культурного уровня.

Следовательно, учреждения культуры, по сути, утрачивают свои функции в цепочке «поверхностный интерес-глубокий интерес-потребность». Поверхностный интерес, зарождающийся на стадии пассивного потребления, которую по-прежнему, согласно данным социологического исследования, составляют чтение газет и просмотр телепередач, формируется основными культурными формами, транслируемые через данные социокультурные институты. СМИ являются одним из наиболее значимых социальных агентов в зарождающемся обществе потребления. И здесь необходимо отметить достаточно опасную тенденцию слияния массовой и элитарной культуры, отождествление которых вводит потребителя в заблуждение, производя подмену систем ценностей. С помощью масс-медиа в нравственное сознание человека встраиваются ценности общества массового потребления. Здесь основным смыслом трансляции информации становится разрушение, нейтрализация, деструкция смысла, замена реальности симулятивными смыслами, создание некой гиперреальности.

Это расхождение в понимании факторов, формирующих начальную точку досуговой деятельности, поверхностный интерес, не может не проявить себя и в оценке деятельности учреждений культуры. Наибольший интерес у потребителей вызывает создание креативных дискуссионных площадок и условий для научно-технического творчества, а также расширение спектра услуг, включающее интерактивные формы досуговой деятельности: диспуты, встречи с деятелями науки и культуры. При этом, в ответах на вопросы о совершенствовании

традиционных форм деятельности и увеличении количества любительских объединений, проведении вечеров национальной культуры, можно проследить общую тенденцию стагнационного характера. Потребителя в принципе все удовлетворяет работе учреждений культуры, но он не рассматривает их как формирующие креативную среду города.

Еще одной тенденцией развития досуговой деятельности становится её активная коммерциализация, создание широкой сети платных культурных и досуговых услуг. Эксперты связывают наиболее вероятные тенденции развития рынка интеллектуального досуга с зависимостью этого рынка от общественно-экономической ситуации в Красноярском Крае и Российской Федерации в целом. Опрос потребителей также показывает важность процессов коммерциализации. В частности для повышения качества организации культурного досуга потребитель указывает необходимость снижения цен на культурные мероприятия (36%), а не создание новых коммерческих центров (9%), также стоимость культурных услуг (28%) в учреждениях культуры города становится одним из показателей неудовлетворенности проведения досуга в собственном городе.

Тенденция создания новых культурно-досуговых учреждений и перепрофилирование ранее унифицированных учреждений также является одной из основных в регионе. Экспертами данная тенденция поддерживается и называется одной из наиболее значимых. Более того, указывается на прямую зависимость улучшения качества жизни от наличия субъектов культурно-досуговой сферы непосредственно в местах проживания потребителей. Однако, отметим, что в потребительской среде эта тенденция воспринимается достаточно инертно и особого интереса не вызывает. Положительный ответ на вопрос о возможности использовать в собственном творческом процессе элементы городской инфраструктуры, создаваемой для развития досуговой деятельности (56%), а также исследование о качестве работы учреждений досуга по открытости и доступности информации, а также удовлетворения качеством обслуживания выявляет достаточно полное понимание миссий существующих учреждений среди потребителей, с одной стороны. С другой же стороны, в потребительской среде отсутствует запрос на создание принципиально новых с точки зрения инфраструктуры объектов, по всей видимости, это связано со слабым информированием об их деятельности. По-другому обстоит дело с модернизацией существующих культурно-досуговых учреждений: потребитель отмечает необходимость совершенствования ряда инфраструктурных элементов (68%), с которыми достаточно знаком. Следовательно, тенденция создания новых учреждений культуры и их перепрофилирования связана не с непосредственным количественным преумножением объектов инфраструктуры или погоней за многопрофильностью учреждений, а именно с изменением качества предоставляемых услуг.

Еще одной тенденцией развития культурно – досуговой деятельности как фактора развития урбанизированной территории может быть обозначено неоднозначное отношение к национальной культуре. Этот компонент социокультурной сферы, определяющий самобытность региона, на современном этапе, к сожалению, недостаточно развивается, что может привести к серьезным последствиям. Особенно показательным в этом смысле исследование качества работы учреждений народного творчества и досуговой деятельности, которые потребитель не рассматривает для себя в качестве приоритетных направлений досуговой деятельности. Основной причиной становится недоступность информации, отсутствие комфортных условий для занятий народным творчеством, неудовлетворенность качеством обслуживания и отсутствие информации о работе в этой области. Основа проблемы, на наш взгляд, лежит также в слиянии высокой и массовой культуры, вытесняющем собой народные культурные формы, стирающем уникальность и самобытность региональной культуры. Данная тенденция является наиболее выраженным примером действия глобализационных процессов на территории региона. Думается, что в масштабах страны, это проблемы и вовсе грозит стать всеобъемлющей.

В качестве еще одной тенденции отметим технизацию досуга. Эксперты рассматривают усиление доли в структуре свободного времени препровождение с помощью современных технических устройств, не требующих физического участия третьих лиц как одну из наиболее вероятных тенденций развития рынка интеллектуального досуга. Средства виртуальной реальности становятся нетрадиционными генераторами ощущений. Свободное времяпрепровождение как основа образа жизни переходит в виртуальное пространство, обусловленное пятью «i» - intensive (интенсивность), interactive (интерактивность), immersive (иммерсивность), illustrative (иллюстративность), intuitive (интуитивность). Насыщенность виртуального мира и погоня за достижением удовольствием приводят к поглощению индивида компьютером. Здесь же отметим особую роль социальных сетей, которые расширяют пространство общения в постиндустриальном обществе. Социальную сеть следует рассматривать как виртуальное сообщество людей со схожими интересами, связь между которыми осуществляется благодаря мгновенному обмену сообщениями, фотографиями, видеороликами, которые после размещения в сети становятся доступными для всех. В рамках данного направления реализуется возможность постоянного живого неформального общения. Общество обязует индивида использовать весь конгломерат гаджетов, который способствует формированию потребности «быть всегда на связи».

Из технизации досуга «вытекает» тенденция его одомашнивания. Она имеет две стороны. С одной стороны, обилие всевозможных гаджетов позволяет доставить культурные услуги

потребителю на дом, растет количество дешевых товаров для домашних развлечений и отдыха. Однако количество и здесь не переходит в качество. Опасность данной тенденции, прежде всего, в формировании пассивного потребителя. Следовательно, одной из ведущих задач социокультурной сферы является не только самосохранение в сложнейших социально-экономических условиях, но и создание конкурентной среды по отношению к домашнему и технизированному досугу.