

ОТДЫХ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

МАТЮЩЕНКО Н. С.

RECREATION AND ENTERTAINMENT AS MODERN HUMAN LIFE QUALITY INDICATORS

MATYUSHCHENKO N. S.

Удовлетворенность качеством отдыха и доступностью развлечений является для человека индикатором его социального положения и качества жизни, а для общества — показателем развития экономики страны в целом, и ее социально-культурной сферы в частности.

Satisfaction with recreation quality and entertainment availability indicates both person's social position and life quality and country's economic development in general and its socio-cultural sector in particular.

Ключевые слова: отдых, развлечения, качество жизни, туризм.

Keywords: recreation, entertainment, life quality, tourism.

УДК 338.485

Развлечения — одна из важнейших сфер повседневной жизни человека, которая, наряду с образованием, способна существенно влиять на состояние общества. Необходимость в развлечениях появляется сразу после удовлетворения первичных потребностей. Удовлетворенность качеством и доступностью развлечений является для человека индикатором его социального положения, а для общества — показателем развития экономики страны в целом и ее социальной сферы. Практика создания специальных условий для организации процессов развлечений привела к появлению достаточно мощной индустрии, которая в ее современном виде сложилась к концу XX в. [1]

Досуговая деятельность чаще всего воспринимается исключительно как рекреативная и обладающая только индивидуальной значимостью. Между тем досуг — важная сфера жизни. Еще в конце XIX в. французский социолог Г. Тард, читая свои лекции по экономической психологии, провозглашал наступление эпохи досуга: «Экономическая жизнь человека состоит не только из работы, но и досуга. И досуг, который экономисты почти полностью игнорируют, в определенном смысле даже более важен для изучения, чем работа, ведь досуг существует для работы, а работа для досуга». Английский философ Б. Рассел утверждал, что «уметь с умом распорядиться досугом — высшая степень цивилизованности» [2]. Русский педагог К. Д. Ушинский связывает душевное наслаждение, которое человек испытывает, отдаваясь полному отдыху, не только и не столько с самим процессом отдыха, но и в большой мере с осознанием перспективы будущей деятельности, для которой важно восстановить силы: «Человек, который вдруг лишается этой перспективы, будущего любимого труда, — несчастен и не может с удовольствием отдыхать» [3].

Начало третьего тысячелетия характеризуется интенсивным развитием мирового рынка индустрии развлечений. Бизнес, основанный на организации и проведении развлечений, приносит огромные прибыли и аккумулирует миллиарды долларов. Доходы мировой индустрии развлечений в 2007 г. эксперты аналитической компании

PricewaterhouseCoopers оценили в 1,3 трлн долл. В 2010 г., по их прогнозу, потребители потратят на развлечения уже 1,8 трлн долл. (ежегодный прирост в 7,3 %) [4].

По имеющимся оценкам в России почти 37 млн потенциальных потребителей продуктов индустрии развлечений. Хотя в России тратят на досуг не так много средств, но рост расходов населения на посещение развлекательных мероприятий сопоставим с затратами россиян на некоторые предметы потребления. Однако потенциал потребления услуг индустрии развлечений далеко не исчерпан. Для многих россиян развлечения продолжают оставаться «роскошью». Так, например, в западных странах на посещение развлекательного комплекса со стандартным набором услуг или кинотеатра тратится от 100 долл., что вполне может себе позволить представитель среднего класса и выше. В России же, где так называемый средний класс — лишь небольшая верхняя прослойка общества, сосредоточенная в крупных мегаполисах, посещение современных развлекательных комплексов по карману далеко не всем. Очевидный дисбаланс в развитии сферы развлечений подтверждается и соответствующей статистикой. Согласно данным Института комплексных социальных исследований РАН, только 50,9 % россиян пользуются услугами современной индустрии развлечений, а целых 32,3 % считают недостаточными свои возможности для полноценного отдыха [5].

Как показали наши исследования [6], основным способом проведения досуга местными жителями трех крупнейших городов-курортов Краснодарского края является просмотр телевизора и прослушивание музыки — 24,59 %, прогулки по улице и выезд на природу занимают второе (15,06 %) и третье (11,08 %) места соответственно. В целом проводят досуг дома более 40 % опрошенных, а посещают заведения развлекательного характера лишь 7,4 % опрошенных. При этом 74 % опрошенных местных жителей хотели бы иметь возможность чаще посещать развлекательные заведения, но отсутствие свободного времени (32,86 %) и финансовые трудности (30,31 %) не позволяют им этого.

На первый взгляд, нет никакой необходимости управлять свободным временем людей. Окружающая среда имеет настолько богатые и разнообразные естественные ресурсы для проведения свободного времени, что совершенно не нужно дополнительно применять дорогие технологии и оборудо-

вание, создавать новые услуги и программы, а значит, не надо и управлять данным процессом. Природа сама предоставит людям для отдыха леса и реки, моря и горы, снега и солнце... Это красота, которую можно созерцать в одиночестве вдали от шумной толпы и мировых проблем, наслаждаясь совершенно бесплатно и без навязчивого сервиса.

Второй аргумент в пользу такого подхода — это то, что мы индивидуально, или с членами семьи, или с друзьями, сами в состоянии удовлетворить наши потребности в отдыхе, т. к. природа снабдила нас еще и средствами, чтобы выживать, искать, исследовать, находить, расти и учиться. Конечно, природа дала людям не только желание отдыхать, развлекаться, восстанавливать свои силы, но и способности для достижения этих целей.

Однако в настоящее время спрос на искусственно созданные услуги индустрии отдыха и развлечений высок как никогда. Это связано и с ограниченностью природных ресурсов в силу их распределения между частными лицами и закрытием от посторонних, и с разрушением естественных мест отдыха производственной деятельностью людей, и с появлением большего количества свободного времени и свободных денежных средств у населения, и с изменением стиля жизни, философии и психологии современных людей.

Несмотря на продолжительную историю развлечений от самых древних времен до наших дней, все же предпосылками возникновения современной индустрии отдыха и развлечений являются негативные последствия индустриализации и урбанизации. Следствием быстрого технического развития (индустриализации) являются такие факторы, как повсеместное техническое окружение и экологическое загрязнение, монотонность труда, физическая и психическая утомляемость, нехватка времени и сил на творчество и любимое дело (хобби). Урбанизация также создала различные негативные последствия: повышенную плотность городского населения, увеличенные жизненные нагрузки, усталость от множественности случайных, поверхностных (анонимных) человеческих контактов в городской среде [7].

Реакцией на эти негативные последствия является желание выехать из города на чистую природу, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить жизненные впечатления, устранить физическую и психическую усталость, познать новое, новых людей, найти

и проявить себя в общении с ними, побыть среди своих родных в обстановке отдыха и развлечений. И как следствие этого — повышенный спрос на такие услуги, как различные виды спортивно-самодеятельного туризма, хобби-туры, экологические природоориентированные туры, экскурсионно-развлекательные маршруты, спортивно-увеселительные и лечебно-восстановительные услуги.

Таким образом, изменение уклада, стиля жизни современного человека, характера его трудовой деятельности в связи с индустриализацией и урбанизацией привело к изменению его потребностей в отдыхе. Теперь помимо размещения и питания он стал включать и другие элементы, направленные на удовлетворение потребностей в развлечениях, веселом проведении досуга, в эмоциональной разгрузке.

Досуговая деятельность стала объектом систематического анализа ученых сравнительно недавно, в начале XX в., хотя еще философы Древней Греции и Древнего Китая изучали роль досуга и отдыха в жизни человека. Если греки считали, что досуг это прежде всего стремление человеческой души к свободе, то философы Древнего Китая видели в досуге возможность доставить человеку удовольствие, радость.

Долгий период в общественном сознании и философской мысли христианского Запада доминировало признание важности в жизни человека труда и второстепенной роли досуга. Досуг нередко олицетворялся с ленью, праздностью. В конце XIX в. были предприняты первые в Новое время попытки пересмотреть отношение к труду и праздности.

Одна из них принадлежит социалисту П. Лафаргу, который в памфлете «Право на лень» писал, что при капитализме собственники производственных мощностей сознательно эксплуатируют привычку человека трудиться ради достижения наивысшей прибыли. Исходя из этого представления, автор полемически заострил право человека на безделье. Американский социолог Т. Веблен в труде «Теория праздного класса» уже всерьез доказывал, что жизнь в праздности превосходна сама по себе и по своим результатам, возвышая человека в глазах остальных людей [8].

Глубокое изучение общественного и личного досуга началось позже, в первой половине XX в., когда представители западной науки стали анализировать важнейшие аспекты воспроизводства американского и

западноевропейского общества, в результате чего в центре внимания оказалась связь между трудом и отдыхом.

Вопрос организации и проведения рекреации лишь на первый взгляд является простым и понятным, потому что каждый человек рано или поздно, часто или изредка сталкивается с проблемами организации и своего отдыха. И по тому, как человек в обществе реализует собственную потребность в возобновлении психофизической энергии, можно говорить о степени развития самого общества и культурном уровне личности.

В течение длительного периода эволюции европейской или христианской цивилизации неоднократно изменялось понимание и осознание как самой роли рекреации в жизнедеятельности человека, так и ее социально-экономических функций. Книга книг — Библия — дает нам, скорее всего, первые в письменном виде зафиксированные представления о досуге и его необходимости, ведь в ней говорится, что на седьмой день сотворения мира Бог отдыхал от процесса творения, благословив этот день для отдыха.

С точки зрения свободы или её отсутствия, необходимого жизнеобеспечения или наслаждения жизнью рассматривал досуг ещё Аристотель: «Вся человеческая жизнь распадается на занятие и досуг..., а деятельность человека направлена частью на необходимое и полезное, частью на прекрасное... Ведь нужно, чтобы граждане имели возможность заниматься делами и вести войну, но, еще предпочтительнее, наслаждаться миром и пользоваться досугом. Досуг неотъемлемая составная часть жизни человека в связи с потреблением благ, ощущением удовлетворенности, счастья, блаженства и т. п. Досуг не просто свободное время, а время, заполненное разнообразными занятиями: философскими умозерцаниями, играми, упражнениями, забавами, искусством, музыкой, беседами, общением и т. д. Досуг требует многих предметов широкого потребления, поэтому рабы не имеют досуга. Количество и качество досуга зависит от форм государственного устройства. Счастье царей — в досуге, тираны же заинтересованы в его отсутствии» [9].

Не случайно проблемы, связанные с организацией досуга населения, рассматриваются на уровне многих национальных правительств. Ведь каждое государство заинтересовано в том, чтобы, например, молодежь использовала свободное время не для

насилия и вандализма, а для научного и культурного просвещения, физического развития, восстановления здоровья и психологического равновесия, патриотического воспитания и самосовершенствования. Важными также являются вопросы организации досуга для людей среднего возраста, которые формируют национальное богатство страны и его моральный дух, наиболее активно влияют на политические и социальные процессы в обществе, воспитывают новое поколение и заботятся о стариках. Таким образом, этот вопрос затрагивает молодых и старых, детей и взрослых, одиноких и семейных, мужчин и женщин, здоровых и инвалидов, бизнесменов и домохозяек, военных и гражданских, законопослушных граждан и даже преступников. Организация досуга людей — важный показатель качества жизни в стране.

Деятельность человека во время отдыха и развлечений позволяет не только восстановить силы, которые были потрачены в период трудовой активности, но и способствует развитию его физических, духовных сил, совершенствует знания, умения, навыки, в том числе и в сфере общения. Возникающие в данном процессе общественные отношения формируют взгляды, убеждения, идейно-нравственные качества человека. Поэтому возникает необходимость специальной организации жизни и деятельности в свободное время.

Следовательно, планирование и организация отдыха и развлечений должны рассматриваться в первую очередь как вопрос прав человека, уважения достоинства и защиты интересов каждого индивида. Лишь затем следуют такие объекты управления, как услуги индустрии отдыха и развлечений, оборудование, инфраструктура, здания и т. п. Именно с этой точки зрения в XXI в. надо исследовать и разрабатывать принципы, методы и концепции управления свободным временем, отдыхом, развлечениями людей и соответствующей индустрией.

В ряде исследований отмечается, что «культурно-досуговая деятельность есть подсистема духовно-культурной жизни общества, функционально объединяющая социальные институты, призванные обеспечить распространение духовно-культурных ценностей, их активное творческое освоение людьми в сфере досуга в целях формирования гармонично развитой, творчески активной личности» [10].

Развлекаясь, человек удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собствен-

ную личность. Индустрия развлечений выполняет существенную роль в индустрии туризма, поскольку ставит своей целью создание условий развлечения для удовлетворения потребностей человека в отдыхе, в получении удовольствий. Кроме того, индустрия развлечений решает задачи воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, развития культуры человека, формируя и развивая личность.

Психологи следующим образом объясняют механизм воздействия развлечений на духовный мир человека. Зарождение потребности в развлечении побуждает человека к физическому действию — нахождению развлечения и его «потреблению». Динамика потребностей сопровождается сменой эмоционального фона. Человек ищет предмет развлечения — он ощущает тоску, беспокойство. Человек встретился с предметом развлечения — его охватывает чувство радости. Пресыщению предметом развлечения соответствует эмоция успокоения. Мир эмоций остается пока недостаточно изученным, однако воздействие эмоций на психическую деятельность человека доказано [11].

Социальная направленность развития индустрии отдыха и развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха, развития культуры человека), по сути своей формирует и развивает личность. Заполняя развлечениями часть своего свободного времени, человек восстанавливает себя и как трудовая единица [12].

Удовлетворенность качеством организации своего досуга, доступностью тех или иных развлечений и форм отдыха является для человека не только индикатором его социального положения, но и показателем развития экономики страны в целом, и социальной отрасли в частности. Кроме того, наряду с образованием, различные формы организации досуга способны оказать серьезное влияние на мировоззрение, особенно мировоззрение детей и молодежи. Для городских властей важны не только общие показатели роста этой отрасли, но и ее социальное содержание, в первую очередь наращивание составляющей массового, доступного, семейного досуга.

История дохристианской Европы дает современникам две самые яркие схемы

организации человеком античного периода собственного свободного времени, которые с определенными видоизменениями и дополнениями дошли до наших времен — древнегреческую и древнеримскую [13].

В Древней Греции досуг был определен как изучение и созерцание наивысших ценностей мира — совершенства, красоты, правды, знания, справедливости и т. п. Это созерцание требовало освобождения личности от ежедневного физического труда, что и позволяло направлять ее усилия в русло интеллектуальных, эстетичных и гражданских усилий. Это было возможно только при условии четкой стратификации древнегреческого общества. На тот момент лишь элита имела свободное время и получала возможность или создавать предметы материальной и духовной культуры, или впитывать уже существующие культурные ценности и достигать высокого уровня духовности, тогда как низшие социальные прослойки должны были работать.

Среди древнегреческой элиты популярной формой организации досуга стали путешествия как в пределах Эллады, так и за ее границами. Они связывались с учебой, познанием прекрасного (произведения искусства, естественные ландшафты и т. п.), ознакомлением с архитектурой, лечением, поклонением религиозным святыням, участием в разнообразных соревнованиях интеллектуального и спортивного характера.

В отличие от древнегреческих времен организация собственного досуга гражданами Римской империи четко не указывала на их социальный статус, а воспринималась, скорее всего, именно как время для отдыха после определенной работы. Римляне инвертировали древнегреческий идеал досуга и превратили его в функцию работы. Именно во времена существования Римской империи закрепились формы массового отдыха и рекреации через спортивные соревнования, игры, бои гладиаторов и тому подобное, которые обеспечивались правящим классом и были развлечением для него и низших слоев древнеримского общества. Организованный массовый досуг стал одной из предпосылок производительного общественного труда. И сегодня актуален лозунг, которым руководствовались древние римляне в своей общественной жизни, — «Хлеба и зрелищ!».

Древнеримские представления о досуге как дополнении к работе доминируют и в современный период. Собственно рекреация, которая воспринимается как отдых вне постоянного помещения, для западного ев-

ропейца или американца давно стала продолжением работы — обязательный и традиционный отдых после рабочей недели с выездом за пределы постоянного места обитания (классический "weekend" предусматривает общение с природой), ежегодный отпуск, который, как правило, включает относительно длительное и далекое путешествие с определенной рекреационно-туристической целью в пределах страны, а то и за ее границами.

Совсем другим духом пронизано отношение к природе и досугу в раннехристианскую эпоху. Все помыслы человека в ту пору были обращены к грядущему миру, к "царству Божьему". Считалось, что грех закрадывается даже в душу того, кто получает эстетичное наслаждение от созерцания естественной красоты. Поэтому аскетизм на длительное время становится моральной поведенческой нормой и способствует зарождению движения затворников, наиболее характерного для восточной ветви христианства на этапе его становления.

Средневековая рекреация была не только временем возобновления психофизической энергии, отдыха, но и превратилась в своеобразную социальную «визитную карточку», став чрезвычайно расходной и показной в своей роскоши. Наличие свободного времени у индивидуума и его использование для получения наслаждения стали признаками благородного происхождения, богатства и власти в противовес «рабскому» труду. Такое восприятие свободного времени, в известной мере, характерно и для наших дней. Но оно преимущественно касается богатой аристократической верхушки индустриального и постиндустриального общества.

Совсем другую этическую подпочву досуга предложили христианские протестантские течения. Духовной основой существования человека провозглашается работа и служение Богу. Отдых же рассматривается как лень и тщетная затрата времени. Именно эта религиозная доктрина стала неотъемлемой этико-моральной нормой во времена промышленной революции и формирования индустриального общества и остается истиной для значительной части населения и сегодня. Протестантская трудовая этика рассматривает работу как основную цель жизни, а роль рекреации сводится к возобновлению сил для того, чтобы работа могла выполняться еще лучше.

Православные религиозные каноны связывают отдых человека с его полным

отстранением от мирских проблем и полной отдаче себя служению и общению с Богом через систему соответствующих институций. В сущности, все свое свободное время православный верующий должен посвящать своему духовному обогащению, точнее, спасению своей души.

Современная досуговая и развлекательная деятельность приобретает популярность потому, что она оценена не только как орудие физического и духовного обогащения, но и превратилась в обязательный модный атрибут человека, который добился определенного успеха в жизни.

Развлечения — эта форма досуговой реабилитации и времяпрепровождения, которая внешне близка к отдыху, но содержательно вполне самостоятельна. Ж. Дюмазедье так определяет их специфическое функциональное место в системе досуга: «Если отдых избавляет человека от усталости, то развлечения избавляют его от скуки, от рутины повседневности, от недостаточной для мозга информационной насыщенности жизни» [14].

Развлечения — это не только забавы и удовольствия, но и мировая индустрия. Развлечения относятся к числу главных мотивов туризма, без них не обходится ни одна поездка. Люди отправляются в путь за новыми впечатлениями, положительными эмоциями и острыми ощущениями. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственной обстановке, созданием которой занимается индустрия развлечений. Для курортных городов характерно, что приезжие являются основными потребителями предлагаемых услуг. Исследования доказывают, что туристы тратят на развлечения в 5 раз больше средств, чем местные жители за аналогичный период, посещая развлекательные учреждения во много раз чаще. При этом каждый из опрошенных туристов планировал потратить в среднем почти половину привезенных средств (47,17 %) на развлечения во время поездки [15].

Формирование и развитие индустрии отдыха и развлечений есть прямое следствие достижения определенного уровня доходов населения, когда после удовлетворения первичных базовых нужд у людей возникает потребность в дополнительных услугах, и главное — появляются средства для того, чтобы этими услугами пользоваться.

Экономическое развитие постиндустриального общества ведет к высвобождению времени индивидуумов, которое они не

стремятся потратить на увеличение собственного дохода, а вкладывают в свободное времяпрепровождение — развлечения. Причем зарубежные социологи отмечают интересную тенденцию (преимущественно для США и Европы): представители среднего класса не стремятся свободное время посвятить работе, т. е. формированию дополнительного дохода, а при наличии альтернативы потратить еще 1 час на работу и заработать еще 1 доллар они предпочитают потратить 1 час на отдых с затратами 2 доллара на таковой. При этом можно вспомнить идею Маркса о том, что «богатство общества определяется количеством свободного времени его граждан». Действительно, экономика современного развитого государства, социальная обусловленность профессионального взаимодействия работника и работодателя, налоговая система, уровень развития индивидуумов в социуме изменяют роль и место «процесса работы» и «отдыха и развлечений» в жизни человека. Изменяют до уровня смены позиции «отдыха и развлечений» в системе ценностей человека.

Древние философы-социологи (Платон, Аристотель и др.) относят понятие «отдых» к физиологическим потребностям низших каст общества (занятых физическим трудом), а «развлечение» — к категории «самовыражения» высших каст. Альтернативно современные западные социологи (Э. Дюркгейм, М. Вебер и др.) однозначны в отнесении «развлечения и отдыха» к верхней ступени пирамиды ценностей человека, причисляя их к потребности «самовыражения» индивидуума [16]. Отсюда становятся понятными и приоритеты в распределении современным человеком свободного времени: «отдых и развлечение» — не просто снятие физиологической и социальной усталости, а процесс «самовыражения». Конечно, в данном рассуждении западных социологов за основу берется индивидуум «социально-защищенный», удовлетворивший свои более низкие (первичные) потребности, уверенный в их реализованности социальной системой. Именно он является потребителем услуг индустрии развлечений.

Современный досуг несет на себе печать постиндустриального общества, черты которого пронизывают всю повседневную жизнь человека. Б. Фаулер говорит о переориентации ценностного сознания современного человека, благодаря которому происходит сдвиг ценностей труда к самоценности досуга [17]. Способствуют расширению

досуговой деятельности и увеличению ее роли следующие факторы: глобализация, развитие средств массовой коммуникации, распространение идеологии «принудительного потребления». На смену «трудоному обществу» приходит «досуговое общество».

Отдых признается неотчуждаемым правом человека и защищается Всеобщей декларацией прав человека, которая провозглашает, что «каждый имеет право на отдых и досуг» (ст. 24), а также «право на участие в культурной жизни общества, на наслаждение искусством и использование результатов интеллектуальной деятельности» (ст. 27).

В новом тысячелетии развлекаться становится не просто престижно, но социально необходимо. Такое психологическое клише воспроизводится средствами массовой коммуникации, образовательными институтами, рекламой. Крупные корпорации обязывают сотрудников участвовать в пикниках, играть в гольф и боулинг, полагая, что это должно способствовать созданию положительного имиджа компании. Уклонение от этих мероприятий рассматривается как знак неуважения к корпоративным нормам и ценностям. Создается абсурдная ситуация, когда человека заставляют развлекаться помимо его воли. Индустрия развлечений повсеместно и ежедневно воспроизводит «потребность» в праздности. С определенного момента эта отрасль приобретает независимость от вызвавших ее к жизни потребностей и начинает диктовать обществу искусственно созданные образцы и стили поведения [18].

Проблема развлечения не случайно оказалась в фокусе общественного внимания. Самим процессом исторического развития категория «развлечения» выдвигается на одно из центральных мест в современной культуре, а социальный институт развлечений становится одним из самых востребованных и влиятельных. В связи с этим необходимо осмыслить проблему развлечения в новом, необычном ракурсе — не только как научную или практическую, но в первую очередь — как политическую. Понять развлечение — значит, осознать растущую силу влияния, распространяемого развлекательной индустрией под видом невинных, легкомысленных забав. Необходимо привлечь в эту область лучших российских специалистов, талантливых работников искусства, стремиться к тому, чтобы исследования популярной культуры финансировались в приоритетном порядке. Кто в нынешних

условиях распоряжается развлечениями, тот владеет всей массовой культурой, а это дает ключ к сохранению общенациональной культуры, духовного здоровья общества [19].

Не случайно в последние десятилетия государственные и международные организации, научные и коммерческие структуры во многих странах изучают деятельность организаций индустрии отдыха и развлечений, в т. ч. размеры расходов населения на оказываемые ими услуги. По некоторым данным, на долю индустрии отдыха и развлечений приходится не менее 25 % потребительских расходов в развитых странах [20]. А по нашим подсчетам, эта доля составляет менее 10 % [21].

В дополнение к социальной и культурной важности этой сферы индустрия отдыха и развлечений в разных формах занимает крупнейший сектор государственной экономики, предоставляющий рабочие места, приносящий доход и способствующий экономическому развитию. Поэтому национальные, региональные и местные органы власти активно вовлечены в развитие таких секторов, как спорт, искусство и культура, детский отдых, рекреационные услуги и т. п. Это основывается также на подходе, что организация отдыха и развлечений вносит значительный вклад в повышение качества жизни человека и общества и напрямую связана с выполнением других государственных полномочий, таких как защита среды обитания, образование, сохранение национального единства и экономическое развитие [22].

Все больше организаций индустрии отдыха и развлечений оказывают различные услуги потребителям в специализированных учреждениях и на дому, на свежем воздухе и в помещении, в городе и сельской местности. В этой сфере деятельности задействованы частные, государственные, муниципальные и общественные организации, которые удовлетворяют разнообразный спрос со стороны индивидуалов, групп, семей, предприятий, сообществ.

Часть спроса удовлетворяется ресурсами и оборудованием, которые имеются в частных домах и на придомовых территориях: просмотр телевизионных программ и видеофильмов, чтение книг, физические упражнения, цветоводство, домашние животные, Интернет, игры и т. п. Но для большинства современных видов отдыха требуются специализированные здания, оборудование, большое пространство, значительные основные фонды: кинотеатры, музеи,

библиотеки, плавательные бассейны, театры, цирки, катки, фитнес-центры, стадионы, концертные залы, развлекательные центры, тематические парки, клубы, дискотеки и т. д. Даже для обычного отдыха на природе нужна хорошая дорожная сеть, оборудованные стоянки машин, удобные места показа достопримечательностей, ухоженные места для пикников, подготовленные кемпинги, чистые пляжи, безопасную водную территорию, тропинки, контейнеры для мусора и многое другое.

К индустрии развлечений относятся предприятия, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях: цирки, зоопарки, игротеки, аттракционы, парки отдыха и т. п. Разнообразные зрелищные предприятия, включая стационарные и передвижные театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы, также обеспечивают процессы развлечений. Развлечения присущи занятиям физической культурой (в искусственных водных бассейнах, в спортивных залах и клубах, манежах и пр.), а также посещениям спортивно-зрелищных предприятий. Приобщение к культурным ценностям (в библиотеках, музеях, на выставках, во всевозможных клубных учреждениях и т. п.) тоже сопровождается развлечением. Входят сюда и игорный бизнес (казино, залы игровых автоматов, букмекерские конторы, тотализаторы), психотропные развлечения, проституция, порнография и наблюдение за частной жизнью, играющие на низменных инстинктах человека и негативно оцениваемые существенной частью современного общества.

В настоящее время индустрия развлечений выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы. В этом плане предприятия индустрии развлечений характеризуются специфическими технологиями, системами управления, результатом деятельности, организацией труда персонала.

К основным характеристикам процесса развлечения следует отнести [23]:

- добровольный выбор вида развлечений;
- неограниченный перечень видов развлечений;
- предварительную подготовленность личности к потреблению развлечений;
- частую смену развлечений;

- комбинирование развлечений с другими занятиями (например, отдых плюс развлечение, спорт и развлечение, развлечение и образование и пр.);

- периодичность потребления развлечений (приуроченных к жизненному циклу человека, годовому, недельному, суточному).

На выбор конкретного развлечения оказывают влияние многочисленные факторы. К их числу относятся увеличение доли свободного времени в общем бюджете времени населения, социально-групповые, демографические, поведенческие характеристики, образ жизни, уровень развития индустрии развлечений. Важным фактором формирования развлекательной среды является доход населения. Закономерности потребления продукции индустрии развлечений должны изучаться в сопоставлении со всем предыдущим образом жизни человека. Тенденции, складывающиеся в сфере развлечений — результат длительной эволюции досуга, национальных традиций, половых ролей, религиозных и возрастных различий.

Проблемы досуга и отдыха близки ряду областей научной и практической деятельности: социологии, культурологии, экономике, курортологии, туризму, физической культуре и спорту, медицине и физиологии, технике безопасности труда и эргономике, педагогике, психологии.

Индустрию развлечений можно отнести к «раздробленным отраслям» [24]. Она состоит из множества мелких и средних предприятий, ни одно из которых не играет решающей роли в общем объеме продаж отрасли. Предпринимательские идеи, нацеленные на привлечение потока желающих отдохнуть и развлечься, реализуются путем создания комплексной сбалансированной зоны развлечений (парки развлечений), так и продвижения важнейших объектов интереса/«якорей» (кино, боулинг и др.), дополненных реализацией других игровых и развлекательных услуг (аттракционы, игровые автоматы, питание, бар и др.), что позволяет генерировать дополнительные денежные потоки.

Подобный спрос удовлетворяется, однако, не только предоставлением объектов инфраструктуры, но в первую очередь привлечением людей на эти объекты и их развлечением в процессе получения услуг. Грамотный менеджмент в данной индустрии основывается на трех важных принципах:

— предоставление услуг оценивается не с точки зрения их количества, а в прямой

зависимости от качества удовлетворения потребностей клиентов;

— возможность хорошо отдохнуть приводит к получению положительного опыта и формированию привычки, что также хорошо влияет на качество жизни отдельных людей и общества в целом;

— менеджмент может оказывать мощное воздействие на активных пользователей ус-

луг и на пока неохваченный контингент будущих потребителей.

Таким образом те, кто планирует и оказывает услуги для отдыха и развлечения, имеют ключевую позицию для создания соответствующих ресурсов и возможностей, которые могут повысить качество жизни многих людей.

Примечания

1. Темный Ю. В., Темная Л. Р. Экономика туризма: учебник. М. : Сов. спорт, 2003. С. 154.
2. Рыжкин Ю. Е. Психолого-педагогические основы физической рекреации: Учеб. пособие СПб: РГПУ им. А. И. Герцена, 1997. С. 27.
3. Климов Е. А., Носкова О. Г. История психологии труда в России: Учеб. пособие. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1992. С. 98.
4. Сценарии и прогнозы. Интернет — лидер всемирной индустрии развлечений // www.finam.ru/analysis/forecasts0082E/default.asp.
5. Стальная В. А. Экономика «впечатлений»: особенности становления и проблемы развития отечественной индустрии развлечений // Проблемы современной экономики — 2009. № 1 (29) — www.m-economy.ru.
6. Матющенко Н. С., Видищева Е. В., Адамян А. А. Разработка теоретико-методических основ исследования рынка услуг организаций индустрии отдыха и развлечений в регионах туристско-рекреационной специализации (отчет по НИР). Рег. номер ВНИИЦ 01200903927 от 23.06.09. С. 112, 120.
7. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: Учеб. пособие. М.: Сов. спорт, 2006. С. 18.
8. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект-Пресс, 2006. С. 49.
9. Аристотель. Никомахова этика. Политика. Соч. в 4 т. М., 1981. Т. 4. С. 163—164.
10. Третьякова Т. Н. Анимационная деятельность в социально- культурном сервисе и туризме: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. центр «Академия». 2008. С. 67.
11. Третьякова Т. Н. Указ. соч. С. 93.
12. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. С. 82.
13. Рекреация, туризм и досуг: толкование и соотношение понятий — www.vechervkarpatah.at.ua.
14. Dumazedier J. Ver une civilization du loisir? — P., 1962. — P. 347.
15. Матющенко Н. С., Видищева Е. В., Адамян А. А. Указ. соч. С. 149, 150.
16. Вебер М. Основные понятия стратификации // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 147—157.
17. Фаулер Б. Пьер Бурдьё и теория культуры: критический анализ // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. «Социология». М., 1999. № 3. С. 12—20.
18. Захаров А. В. Развлечение sub specia социологии // Социологические исследования. 2008. № 1 — http://sociologist.nm.ru/articles/zaharov_24.htm.
19. Захаров А. В. Указ. соч.
20. Veal A. J. Leisure and Tourism Policy and Planning. Cambridge, MA, USA: CABI Publishing, 2002, p. 14.
21. Матющенко Н. С., Видищева Е. В., Адамян А. А. Указ. соч. С. 126.
22. Cushman, G. Free Time and Leisure Participation: International Perspectives. Wallingford, Oxfordshire, UK: CABI Publishing, 2005. — p. 1.
23. Квартальнов В. А. Указ. соч. С. 84.
24. Рейнгольд Е., Соловьева В. Деньги и на игру (инвестиционные стратегии в индустрии развлечений и досуга) — www.rcb.ru/rcb/2008-09/13865/.

Сведения об авторе:

Матющенко Наталия Степановна
канд. экон. наук, доцент кафедры Менеджмента
СГУТиКД (Сочи).
E-mail: subtropic@mail.ru.