

УДК 1754:141.78

Особливості дозвілля в епоху постмодерну

Бойко О.П., доктор філософських наук, доцент

В статті розглядається культура дозвілля в епоху постмодерну. Показано, що сучасні форми дозвілля підпадають під вплив ідей «суспільства споживання», комерціалізації, естетизації. Дозвілля в сучасному світі стає частиною повсякдення.

Ключові слова: дозвілля, культура дозвілля, естетизація, постмодернізм.

Не має сумнівів, що дозвілля в самому широкому розумінні співвідноситься з усіма сферами життєдіяльності людини. Воно відчуває всі зміни, які відбуваються у суспільстві. І, як наслідок цих змін - переорієнтація свідомості з цінностей праці на самоцінності дозвілля. Зростання значущості сфери дозвілля у сучасних соціокультурних контекстах обумовлює те, що людина вибирає те заняття, яке їй до вподоби і яким їй хочеться займатися. Це якраз і робить дозвілля особливо привабливим та значущим. Більш того, примушує переусвідомити нові реалії, концепції та висновки теоретиків дозвілля у множинності його репрезентацій в ускладненому життєвому світі сучасної людини.

Досліджуючи культуру дозвілля в умовах глобалізаційних процесів, особливо варто звернути увагу на докорінні зміни у способі життя сучасників, на стрімкий злет цінностей дозвілля на відміну від світу праці. На це звернули увагу ще в середині ХХ століття західні автори, такі як Ж. Дюмазедьє, М. Каплан, С. Паркер, К. Роджерс, Р. Сю, Л. Хейвуд, Ж. Фурастьє та інші. Розгляд «суспільства споживання», де дозвілля є частиною комерціалізації, здійснили З. Бауман, Ж. Бодрійяр, С. Леш, Дж. Уррі та інші. На зміну принципів естетики у сучасному світі звертали увагу О. Маквард, В. Вельш, Н. Гартман, Ж. Бодрійяр, П. Валері, А. Ф. Лосєв, Г. Маркузе та інші.

Становлення нового досвіду проведення дозвілля пов'язане з появою постмодернізму: “зміною образу почуттів” та “ною структурою

свідомості”, тобто з поглибленням глобальної реструктуризації капіталу та новим розподілом праці; загостренням боротьби за освітній капітал; загостренням конкуренції в усіх сферах життя; вплив ідеології споживання; розповсюдження туризму. До того ж науково-технічна революція надала нового значення засобам масової комунікації, пом'якшила соціально-культурні відмінності між людьми та типами поселень. Цьому сприяв розвиток системи безперервної освіти, її демократизація та гуманізація, загальнодоступність дозвіллевої інфраструктури, яка дала можливість усвідомити необхідність не тільки взаємозв'язку та взаємозалежності сучасного світу, але й фізичного, духовно-морального виживання людства. Також все більше проявляються такі тенденції, як збільшення кількості вільного часу у працюючого населення та зміна його якості; з'являються нові види та форми соціальної творчості в культурно-дозвіллевій сфері.

Але є й інший бік. Так, відбувається тенденція відчуження людини від дозвілля. “Відчуження у сфері споживання охоплює не тільки товари, які ми купуємо та використовуємо; воно набагато ширше та розповсюджується на наше дозвілля” [8., с. 231-232]. Сучасна людина стає пасивним, відчуженим споживачем, яка споживає не тільки товари та послуги, а й «споживає» кінофільми, газети, журнали, спортивні ігри, розваги тощо. В підсумку, людина стає не тільки діяльним учасником буття, а й намагається привласнити якомога більше розваг, культури і всього іншого.

Розуміючи постмодерн як “історичну фазу соціогенези, у якій реальною і визнаною є радикальна плюральність як основна конституція суспільства”, дозвілля теж набуває плюральних рис [5., с. 291]. Постмодерністський світогляд і світовідчуття знайшли своє наочне втілення в духовній культурі. З одного боку, мистецтво стало генератором багатьох постмодерністських ідей, з іншого - формою кодування, трансляції та маніфестації цих ідей. Багато рис, які властиві постмодерністській культурі, характеризують не стільки її, скільки виражають загальну культурну парадигму сучасності, що безпосередньо стосується і культури дозвілля.

Тому, аналізуючи сучасну культуру дозвілля необхідно звернутися до дослідження тенденцій, які сприяють розчиненню сучасного дозвілля у повсякденності.

Однією з таких тенденцій є естетизація суспільних форм життя, що трансформує сприйняття життєвого світу (життєвого простору, виробничої, соціальної та інших сфер життя). “Поверхнева” естетизація (естетизація повсякдення) відбувається, на думку Ф. Мюре внаслідок зближення мистецтва та повсякденного життя, яке проходить під впливом всезагальної технічної відтворюваності творів прикладного мистецтва [6., с. 224]. Ж. Бодрійяр зазначає: “Сьогодні ця ескалація об’єднує абсолютно усі форми мистецтва та всі стилі, які входять в трансетичну сферу симуляції” [4., с. 30], що означає розмивання кордонів між естетичною сферою мистецтва та повсякденністю.

Взагалі поняття естетизації означає процес стирання відмінностей між мистецтвом та повсякденним життям. Воно використовується у трьох смислах. По-перше, естетизація повсякденного життя як звернення митців до предметів повсякденності та перетворення їх у предмети мистецтва. Тобто, перенос явищ мистецтва у побутову реальність. По-друге, перетворення повсякдення у естетичний проект засобами прагнення до послідовного стилю в одязі, зовнішньому вигляді, дозвіллі тощо. По-третє, сприйняття історичної реальності у якості естетичного артефакту.

Відповідно до сфери дозвілля ми можемо побачити всі три аспекти естетизації життя. Поява товарів масового споживання привело до вивільнення творчої енергії, яка перемістилася у повсякденну реальність. Споживачі зруйнували ієрархію високої та низької культури. Естетизація стає способом самоідентифікації та ідентифікації особистості. Це яскраво проявляється у сфері дозвілля, де обираються новітні форми його проведення (конструювання тілесності відповідно до нових стандартів, екстремальні форми дозвілля тощо).

Одним із наслідків естетизації повсякдення є фестивізація життя у сучасному світі, яка надає можливість розповсюдженню різних форм дозвілля на всі сфери життя людини. Таким чином виникнення нових цінностей, що відбувається внаслідок зміщення акцентів у способі життя, призводить до формування нового образу людини у сучасному світі. Це стає причиною суперечливого морального, естетичного, психологічного та соціального сприйняття дозвіллевого існування, де розваги стали відігравати чи не найголовнішу роль. Показовий факт: сучасне дозвілля ніби підкреслює та посилює легковажність, плинність часу. А люди, реагуючи на засоби святкової реклами, велику кількість розважальних, ігрових моментів, виражають готовність до анімації. Як наслідок, сама повсякденність стає схожою на свято, але, в той же час, естетично вичерпує свято. Його традиційні рамочні умови, які виникають з відповідних конкретному святу церемоній, естетично організованого спілкування з богами, музами, природою тощо, порушуються. Стирання гранів між повсякденністю і святом перетворює повсякденність, змішуючи будні зі святом. Якщо раніше стан святковості був характерний тільки для певної верстви населення, для еліти, то сьогодні подібний стан можна назвати характерним для соціокультурної ситуації в цілому.

Дійсно, не може не викликати хвилювання, що розваги та інші форми дозвілля, масова культура, елементи якої заповнили, здається, увесь життєвий простір, здатні мінімізувати духовну компоненту культури, смислову функцію дозвілля. Новий тип людини – “людина самозадоволена” (Х. Ортега-і-Гассет) є замовник та споживач культури і зокрема дозвілля [7., с. 116]. Насиченість дозвілля проявами масової культури з її здатністю спотворювати смаки, традиції, розчиняти культурні відмінності, усе змішувати і призводить дозвілля до одноманітності та гомогенізації, перетворює деякі форми дозвілля (наприклад свято, пісні, танці тощо) у підробку – своєрідний культурний симулякр.

Сучасна масова культура, руйнуючи межу між високим та низьким, повертаючи до себе небувалу раніше увагу, підкреслює деієрархізованість культурного світу. Руйнування ієрархічного порядку, розмивання професійної цілісності, вікової індивідуальності низводить основи свята до функцій гедонізму, стає своєрідною приправою до повсякденності, декоративною прикрасою для людини маси. А. Банфі, аналізуючи стан сучасної культури, робить висновок: “Таким чином, тепер уже не символічний міф або інтуїтивна схема того або іншого аспекту життя, а все життя у своїх природних основах, у своїй людській конкретності може стати видовищем, і видовищем багатозначним і показовим у вирішенні проблем реальної дійсності... людина і міф об’єднуються не у міфі, а в дійсності, яка стала для людини видовищем, через яке вона пізнає себе” [1., с. 99].

Отже, на відміну від традиційного дозвілля, сучасне дозвілля, яке має видовищний характер, сприяє його перетворенню на організовану стихію, яка трансформує реалії політичного, економічного, соціального та культурного життя у театралізовані, естетизовані форми, поділяючи участь у дозвіллі на тих, хто його робить і на глядачів.

Традиційне дозвілля, у вигляді свят, зверталось до смислоутворюючих цінностей, що функціонально сприяли кристалізації людської єдності, стимулювало прагнення до досконалості, гармонії та краси, сприяло піднесенню людського в людині, допомагаючи їй відчути свою значущість та міцніше вписатися у спільноту (колектив). Екзистенція, творчі потенції тут підтримуються життєдайним середовищем, яке являє собою збалансовану єдність індивідуальності та колективності. На відміну від традиційних, сучасні свята внаслідок взаємного впливу економічних, соціальних та інших культурних процесів не допомагають людині у набутті особистості, тому що не цементують зв’язки, а роз’єднують. Внаслідок стандартизації смаків, оцінок, нетривалості зв’язків з іншими людьми, масова людина приречена: вона втрачає свою людську ідентичність і якість.

Масові дозвіллеві заходи, які підтримуються спокусою з її здатністю захоплювати людину “постійною зворотністю та деакумуляцією” [3., с. 97], продовжують бути особливістю часу та свідчать про зміни у суспільній свідомості. Незважаючи на масштабність дозвіллевих видовищ, у них “не створюється нове, багато компонентів видовища не мають нічого спільного з художністю» [2., с. 322]. При цьому кількість святкових дійств, як і в цілому кількість святкового часу, навіть збільшується.

Зі сказаного можна зазначити, що в епоху інформатизації головним у дозвіллевій сфері є вплив на публіку, формування масових естетичних смаків. Зростання ролі естетичних симулякрів нейтралізує смакові відмінності. Зниження критичного настрою аудиторії пов’язується з проблемою іманентності – збіг свідомості із засобами масової комунікації, що забезпечує адаптацію до їх трансформацій.

Але необхідно зазначити, що постмодерністський поворот до публіки, до її смаків – внутрішньо суперечливий процес. З одного боку він свідчить про демократизацію культурного життя, а з іншого - про загрози, що виникають у культурі в умовах культурного менеджменту і маркетингу, які нівелюють специфіку естетичного і художнього. Відбувається тенденція розчинення мистецтва в житті, його зближення з естетикою повсякденності.

Також особливостями культури дозвілля в постмодерністську епоху є поєднання активного використання новітніх технічних засобів і прийомів і, в той же час, твереза оцінка ризику дегуманізації мистецтва. З цим пов’язано прагнення нейтралізувати технологічну експансію, яка охопила культуру та сферу дозвілля зокрема шляхом міфологізації примітивізму як антитези технократизму. Гіперпримітивізм покликаний заповнити емоційний дефіцит, що виникає від постійної зануреності людини в одноманітну атмосферу “культурного шуму”, яка продукується серійною культурною продукцією. Так, телепередачі стали сприйматися як реальність, а життя суспільства стало дзеркалом телебачення. Символом постмодерністської культури дозвілля став поліекран. Розважальність, видовищність, серійність постмодерністської

телевізійної культури змінили психологічні установки аудиторії. Телебачення стало симулякром споживання, дозволяючи будь-якому глядачу, шляхом перемикання каналів, створити власну телепрограму відповідно до індивідуального смаку і власного настрою. Відіграючи роль підсилювача почуттів, телебачення стало, на думку А. Крокера і Д. Кука, художньою квінтесенцією постмодернізму, путівником по руїнах сучасної культури, символом паразитичної культури спокус, квантовим ступенем шизоаналізу [9]. Усе це спонукало їх висунути концепцію естетики постмодернізму як останньої, художньої фази капіталізму, який перетворився з суспільства споживання у суспільство надлишку, де сфера дозвілля, як і інші сегменти суспільства, схильні до впливу процесів макдональдизації та іграїзації. Простір дозвілля в сучасних умовах стає місцем зародження інституціонального сервісу розваг, який продукує примусові стратегії споживання.

Таким чином ми можемо зробити висновок, що сучасному дозвіллю притаманні риси невизначеності, відкритості, незавершеності. Постійно з'являються нові форми проведення вільного часу, які тяжіють до реконструкції, позбавлені авторитетів. Індивід, який все більше часу присвячує новим формам дозвілля (наприклад, комп'ютерним іграм), втрачає "Я", прагне показати, представити те, що неможливо уявити. Нові дозвіллеві форми все більше мають екстремальний характер, тяжіють до граничних ситуацій. Як дозвілля, так і все життя індивіда в цілому, звертається до гри, алегорії, діалогу, полілогу. Відбувається карнавалізація, маргінальність, проникнення мистецтва в життя, естетизація як життя в цілому, так і дозвілля, звернення до тілесності, матеріальності.

Література:

1. Банфи, А. Избранное / А. Банфи. – М.: Прогресс, 1965. – 291 с.
2. Банфи, А. Философия искусства / А. Банфи. – М.: Искусство, 1989. – 384 с.
3. Бодрийяр, Ж. Соблазн / Ж. Бодрийяр. – М. : Ad Marginem, 2000. – 320 с.

4. Бодрийяр, Ж. Прозрачность зла /Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, 2000 – 258 с.
5. Култаєва, М. Д., Навоцький О. І., Шеремет І. І. Європейська теоретична соціологія ХХ-ХХІ століття: навч. посібн./М. Д. Култаєва, О. І. Навоцький, І. І. Шеремет.: Харків: ХНПУ, 2008. - 331с.
6. Мюре, Ф. После истории //Иностранная література, 2001. - № 4. – С. 224-242.
7. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Избранные труды. – М. : АСТ, 2008. – 352 с.
8. Фромм, Э. «Иностранная література», 1996, № 1. – С. 231-232.
9. Kroker A., Cook D. The Postmodern Scene. Excremental Culture and Hyper - Aesthetics. Montreal, 1987. – 320 p.

Особенности досуга в эпоху постмодерна

Бойко О.

В статье рассматривается культура досуга в эпоху постмодернизма. Показано, что современные формы досуга находятся под влиянием идей «общества потребления», коммерциализации, эстетизации. Досуг в современном мире становится частью повседневности.

Ключевые слова: досуг, культура досуга, эстетизация, постмодернизм.

Peculiarities of leisure in postmodern era

Boiko O.

In the article the entertainment culture in the postmodern era. Shown that modern forms of entertainment falling under the influence of consumer society, commercialization. Leisure in the modern world becomes part of everyday life.

Key words: leisure, culture recreation, aesthetic quality, postmodernism.