

Ст.н.с. / ст. д-р на социологическите науки ВЕСКА КОЖУХАРОВА
ИНСТИТУТ ПО СОЦИОЛОГИЯ ПРИ БАН”, гр.СОФИЯ

ИМА ЛИ КАПАНИ ПРИ ИКОНОМИКАТА НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ

ARE THERE ANY TRAPS IN THE LEISURE TIME ECONOMICS

Sen. Res. Assoc.. Dr. of Sociological Sciences VESKA KOJUHAROVA
INSTITUTE OF SOCIOLOGY to THE BULGARIAN ACADEMY OF SCIENCES

Abstract: The present paper deals with different aspects of the leisure time and its modern sociological implications. A special attention is also drawn to the issues of: (i) increasing of the leisure time in the modern society; (ii) the influence of advertising and social inequality on personality's attitudes and models in leisure time usage; (iii) the future of Bulgaria as a place for leisure mostly for the not so wealthy Western Europeans.

Key words: Leisure time; Leisure time economics, traps

1.

Преди три и повече десетилетия темата за свободното време привличаше интереса на социолозите не само в България. Постепенно това внимание се насочи към други проблеми, а и темата за свободното време започна да се преосмисля от други гледни точки и в друг контекст. Едва ли е случайно, че в големите съвременни разработки, имащи амбицията да дадат обща представа за социологията, темата свободно време отсъства. Така стоят нещата и с повечето от големите речници. Всяко връщане към дефинициите за понятието **свободно време** ни показва, че затрудненията, свързани с разбирането що е свободно време и кое време е свободно, се увеличават и ние все по-трудно поставяме границите между свободното и несвободното време. Един критичен преглед на мненията на наши и чужди автори по дискутирания въпрос вероятно би отнел времето на не една конференция, защото всяка позиция поражда нови питання и критични забележки.

И все пак можем да приемем в работен порядък, съзнавайки цялата уязвимост на подобно **“приемане”**, че свободно е онова време, което остава **извън времето**, използвано за

дейности, от които се получава някакъв доход и за занимания, свързани със семейния бит, грижите за членовете на семейството и за физиологическото възстановяване на човешкия индивид. Условно някои изследователи го виждат като време за отдых, любими занимания, духовно израстване, забавления и игри, които **не са източник на парични доходи** за това лице. Въпреки цялата **оспоримост** на всяка категоричност при определяне на това какво е свободно време, всички ние имаме една обща представа за предмета на нашите търсения. Вероятно в по-нататъшните си разсъждения ще се опираме на прагматичната представа, която, да се надяваме, че няма да подмени изследователското пространство.

2.

Гатанката става значително по-сложна, когато трудното за дефиниране понятие се свърже с **икономиката** – и то не чрез един по-малко ангажиращ съчинителен съюз като **“и”** (напр. **“икономика и свободно време”**, а с предлога **“на”**, който е твърде многозначен в нашия аналитичен (т.е. безпадежен) език, както биха обърнали внимание филолозите. Без да се навлиза във филологически приключения, може да се разсъждава за

смисъла на тази връзка и за това дали тя би могла да се разгадава и като “икономика за свободното време”, “икономика, насочена към удовлетворяване на потребностите, свързани със свободното време” – или пък, че и свободното време си има своя икономика и връзката с предлога “на” има притежателен характер. А може би в тази обвързаност се търсят отговори, отнасящи се до императивите към икономиката изобщо, императиви, свързани с потребностите на човешкия индивид от свободно време и на **самото свободно време** - за социализация на личността и за нейното оптимално развитие.

В мрежата на огромната многозначност на темата може да се търси и нейното проблематизиране – с всички възможни еднакви и различни гледни точки, с разширеното или стесненото разбиране на пространствата на интеграция на тази тема.

Някога, в утопичните времена на надеждата за изграждане на **всестранно развита личност, свободното време** се тълкуваше като най-благодатното поле за формиране на тази личност. В духа на тогавашния оптимизъм, утопизъм или наивност (не зная кое е най-вярното) често се привличаше една фраза на К. Маркс, че свободното време е мерило за богатството на едно общество. Още тогава проф. Захари Стайков, учен със световна известност и най-големият български изследовател на проблемите на **бюджета на времето**, подчертаваше, че богатството на едно общество се постига **само** в работното време и **само** от това колко ефективно е това работно време, ще се формира и съответният обем свободно време. Само трудът – повтаряше той – създава богатство. И само богатите общества могат да си позволят по-голям обем свободно време за максимален брой хора, но едва ли е богато едно общество, в което по-голямата част от хората нямат свободно време – независимо дали са богати или бедни.

В духа на тези разсъждения би могло да се стигне и до извода, че всъщност цялата икономика “работи” за нарастване на обема на свободното време – пряко или косвено. Един бегъл поглед към историческото развитие на човечеството ще ни докаже тъкмо това. Тази ретроспекция ще ни покаже обаче също така, че свободното време е един от най-значимите показатели за социално неравенство, че неговият обем се разпределя неравномерно по стълбата на социалната йерархия, че е различен **начинът** за организация и използване на това време за всеки социален слой и в крайна сметка – всяка епоха си има своя философия, социология, етика и естетика на свободното време, проектирани по различен начин в социалностратифицираното общество.

3.

Икономиката на модерните времена даде шанс за **нарастване** на обема на свободното време за все по-големи групи от обществото и за **сближаване** на моделите за използване на това време за персонажи с твърде различен социален статус. Ако традиционните общества поддържаха строгите йерархични граници между социалните групи за допустимите начини и форми за игри и забавления както и нравствената допустимост и недопустимост на определени модели на поведение в конкретните социални ситуации, ограничени по място и времето, като че ли точно тази подреденост в цикличното време на предмодерните времена се губи в еднопосочното време на модерността. Този променящ се социален контекст поставя нови изисквания към собствения характер на свободното време и преработва подхода към него от различните социални субекти.

Днес новите техники и технологии създадоха нов тип “работно време”, те “работят” също така за намаляване на заетостта и в битовите дейности, но заедно с всичко във все по-голяма

степен те се “намесват” и в **специализираната икономическа ниша**, в каквато се превърна свободното време. Може да се каже, че днешната активна икономика всъщност **създава** тази ниша като най-проспериращия бранш. Не е необходимо да сме големи специалисти по проблема, за да кажем, че за задоволяване и създаване на нови, разбира се, потребности на свободното време работят все повече хора и те са все по-добре заплатени в сравнение с една голяма част от заетите в непосредствено произвеждащите отрасли (най-значителни са различията напр. при едно сравнение със заетите в селското стопанство). Това е един от големите парадокси на нашата съвременност и той ще придобива все по-сложни измерения, но ако сме справедливи ще оценим, че във всички исторически епохи е било така.

Тази икономика храни все повече хора и става все по-печеливша. Ние като изследователи се интересуваме обаче от нравствените постулати на тази икономика. В това общество на пазара няма кой знае какво да очакваме по отношение на нравствените корективи. Ние всички знаем, че **безплатен обяд няма**, но сега по-често ни го повтарят, така че всички илюзии за използване на сферата на свободното време за цялостно развитие и духовно израстване на личността, според официално прокламираната ценностна система, трябва трезво да се преразгледат.

Да, и икономиката, свързана относително пряко със свободното време, е пазарна – при това **максимално либерализирана**, а либерализацията на този пазар прави играчите **неравностойни**, като неравностойността не се определя от абсолютната или относителна ценност на произвеждания продукт. Може би ще е по-точно, ако кажем, че всички са равноправни играчи, но не всички имат равно участие в пазарната игра. Известно е, че един театър или симфоничен оркестър не могат да имат

пазарния успех на определено комерсиално насочени играчи, които предлагат съмнителни, а много често “много под” съмнителни ценности. Те са изгубили играта още на “предварителния кръг” – на **рекламата за моделиране на ценностите** на личността и на **рекламата на продуктите**, които въплъщават тези ценности.

Тази икономика е реакция на определени потребности, появяващи се с нарастването на обема на свободното време, но по своята същност тя заема изпреварваща позиция и **формира ценности** и образци за поведение.

4.

Колкото и трудно е да се отграничи едно понятие за “икономика на свободното време”, стеснено в рамките на самата територия на времето, което би могло да се **мисли** като свободно, все пак такъв тип икономика съществува. Този тип икономика фактически диктува “идеала” за реализация на свободното време, а това всъщност е “идеалът” за съвременната личност. **На първо място** е изведено физическото съвършенство, представено чрез добре рекламирани образци за физическите мерки на биологическите показатели на човешкия индивид, проектирани върху сексуалната неустойчивост и сексуалния перфекционизъм. **На второ място** е умението да се извлече **максималното удоволствие** от всичко случващо се. Безумните реклами как мечтаещото да стане летец момче или бленуващото за щастлив брак момиче се отказват от детските си мечти заради една безкрайно вкусна хрупкава вафла са всъщност реклама на “идеала”, че всичко трябва да се изконсумира за удоволствие – и то за удоволствието тук и сега.

Зная, че **хедонистичната** функция на изкуството, играта и забавлението е задължителна, защото без нея те стават **нещо друго**. Но всички знаем, че тя никога не е единствена, сама и самоцелна.

През цялото време на предлагане на модели за съвършенство на човека ние оставаме с впечатление, че става дума за подобряване външния вид на продаваема стока и тази продаваема стока се подготвя от свободното време и за свободното време.

Съвременната икономика на свободното време, главно чрез рекламата, но и не само чрез нея, е **манипулираща и агресивна**, защото тя **иска** и успява да заеме **изпреварваща** позиция в моделирането на личността и нейните потребности. С други думи, тя се настанява в територии, които **не са част** от свободното време. Проблемите на възпитанието в семейната среда, в образователните институции и по време на трудовото и професионално изграждане на личността, както и на изграждането на интереси и ценности в самия социализационен процес вероятно не се решават адекватно и оставят свободни пространства за по-агресивни участници, които диктуват поведенческият модел чрез подмяна на ценности и истини с полуистини. Икономиката на свободното време е агресивна не само чрез завладяване на духовните пространства на личността, но и чрез чисто физическото завладяване на територии, настаняване върху градоустройствено нерегулирани пространства, върху земеделски земи, природни архитектурни, археологически резервати, защитени територии и т.н. Няма район в страната, от който да не могат да се дадат примери. При цялата си завоевателност тази икономика заема позата на благодетел, защото практически дава шанс за икономическа активност на различен тип социални субекти.

5.

Може би няма да е пресилено да се каже, че както **цялата икономика** в едно общество е в една или друга степен **икономика на (или за) свободното време**, така и цялостната социализационна дейност на обществото

по един или друг начин формират **“физиономията”** на свободното време.

Има нещо сякаш не съвсем логично в това, че съвременната икономика, насочена към свободното време, разширява все повече спектъра на предлаганите възможности с все повече привлекателни изкушения, а самата бленда на дейностите се стеснява в определен кръг – телевизионните сериали (предимно за по-възрастните жени) и други телевизионни предавания за мъжете (главно спортни), за помладите – компютърни игри, разбираани в най-широк смисъл – включително и “ровене” в интернет-пространството, интернет клубовете като публични места, дискотеки, кръчми и кафенета, забавления и други подобни. Заниманията, предполагами от теоретиците на свободното време като необходими за духовното развитие на личността в една хармонична обвързаност с физическото здраве, са интерес за все по-малко хора. Четенето най-първо беше изместено и то буди все по-малко интереси, но това не е само резултат на настъплението на виртуалните информационни канали. Това е тема за отделна дискусия. Връзката с така наречените “сериозни изкуства” все повече изтънява. Всичко се превръща в едно “заведение за бързо хранене” – от срещата с изкуството, което се избира да е по-бързо смилаемо, до конкретните знания и учебни задължения и дори до физическите натоварвания, заменени със специални апаратчета за поддържане външния физически вид, които могат да се използват, докато се излежаваш във фотьойла.

Някога, през 30-те години на XX век, Илф и Петров бяха писали, че американците не се **хранят**, че те се зареждат, както **зареждат** колите си на бензиностанциите. Май ние по същия начин днес се “зареждаме” с най-простите неща, за да продължим напред. Проблемът е, че всички социализационни форми работят не

срещу матрицата на бързо зареждащия се консуматор, а в нейна подкрепа. Училището и семейството нямат време за възпитаване вкус към простите неща, които не са като пластмасовата чашка от изпитното кафе. Всъщност налице е обръщане на функциите. Икономиката на свободното време диктува ценностните модели, а основните социализиращи институции се нагаждат към нея и нейните императиви.

6.

Изреченото досега не е **антиапология** на икономиката на свободното време. Аз само припомням, че тя ни поставя капани в опита си да формира потребностите на личността и че обществото е длъжно наистина “да постави коня пред каруцата”, осмисляйки ценностите, които трябва да се формират в личностите. Има една много изтъркана и демодирана дума, която вече споменах – “идеал”. Припомняйки си за нея, аз често си мисля, че в тази непрекъсната инверсия на ценности, тя не само се е изгубила по пътя, но ако някой я срещне на някой кръстопът ще види, че тя по-скоро буди ирония или в най-добрия случай съчувствие, но в никой случай – възхищение. Та именно в процеса на осмисляне на проблемите на свободното време се сетих за тази забравена и почти презряна дума. Отсъствието на социален идеал прави толкова объркано и трудно разбирането на потребяването на свободното време и неговото икономическо обезпечаване.

Онова, което не е свършено в **не-свободното** време, едва ли може да се компенсира в свободното време. Манипулациите са възможни в социален вакуум или пък, когато “манджата е пресолена” с прекален дидактизъм.

Доколкото обществото има за своя самоцел да се саморазвива и самовъзпроизвежда, то възпроизвеждането на човешкия индивид като физически здрав, духовно богат, с позитивни социални ценности е първата задача на тази цел. От тази гледна точка може би обществото чрез

държавните институции, гражданските организации и семейството, разбира се, трябва да разработи своята стратегия за развитието на човека и да я реализира с определени форми и средства. Организацията на свободното време не може да не бъде част от тази стратегия, а следователно и самата икономика на свободното време ще поощрява онези свои направления, които ще насърчават творческата активност във всички нейни възможни реализации. И тук спектърът е доста широк – от подкрепата на **хоби-бизнеса** във всички негови разновидности до местата за културни занимания, творчески дейности, спорт или доброволческа работа в помощ на другите – също с огромно поле за реализация.

Дори и най-позитивните разсъждения за най-благоприятно структуриране на икономиката на свободното време за усъвършенстване на човешката личност по най-добрите ценностни модели не могат да избегнат главния **капан** – социалното неравенство, нееднаквите възможности за достъп до занимания в свободното време. Дори осигуряването на един необходим минимум за ученика или младия човек означава изключително сериозно натоварване на едно средно стабилно във финансово отношение семейство. За извънучебни занимания в училище се плаща. Софийският дворец на децата предлага само две неплатени форми за занимания. Родителите едва успяват да се справят с осигуряване на необходимото за училище и трудно се решават да отделят средства за занимания, където има някаква такса. От друга страна те са недоверчиви и към непознати места, където днес на децата се предлагат безплатни занимания.

Вероятно биха могли да се използват някои механизми за смекчаване на чисто пазарната природа на този тип икономика чрез държавно субсидиране на някои типове дейности, важни за позитивното развитие на личността. Подкрепата на едни от най-старите

български институции като училището и читалището може би ще даде добри резултати за облекчаване на пазарния натиск върху активности, важни за духовното израстване на личността.

7.

И накрая – ще се опитам да сменя оптиката към проблема.

В дискурса на нашето европейско бъдеще България като че ли се вижда като **зона на свободното време** за не дотам богатите европейци. Това виждане се очертава в засиления интерес към селските територии на страната ни. Селският туризъм започва да намира своето лице в общия отрасъл на туризма. Закупуването на селски къщи и имоти от западноевропейци вече не е изключение. Примерите са многобройни, а в отделни села има десетки случаи. Засиленото строителство по Черноморието и в отделни планински райони потвърждава подобна линия на развитие.

Сега и тук едва ли е необходимо да разсъждаваме по темата доколко е плодотворно такава линия на развитие да се приема ако не за единствен, то като най-плодотворен вариант за развитие на българската икономика, но все пак е важно да се изтъкне, че нашата икономика трябва да има изпреварваща стратегия по отношение на такъв тип икономическо структуриране. Ако свободното време ще играе ролята на структурообразуващо ядро, което ще организира в някаква степен и останалите отрасли, то това означава един сериозен анализ за възможните варианти за стимулиране на всички останали отрасли за адаптиране както към очаквани пикове на туристическия интерес към страната ни, разбираан в най-широкото му значение – включително културен, конгресен, алтернативен, археологически, етнографски и т.н., така и към рязко спадане на този интерес по някакви причини.

Икономиката на свободното време трябва да отговаря както на собствените

специфични вътрешни потребности на човешкия потенциал в страната ни, така и на потребностите на дошлите специално за отдых гости. Особено предизвикателство представлява един **“експорт на място”** – т.е. експортният продукт се предлага на чужденеца в самата България. Подобен подход ще означава използване на собствените ресурси на България в цялото им многообразие. Това ще означава стимулиране на собствено производство, представляващо спецификата на страната, а не **импорт** на чуждо производство – за задоволяване на търсенето на чужденеца. Може би подобна линия на развитие ще подкрепи по нов начин българското земеделие, което днес се оплаква от всички нас.

Това означава **собствено лице на българския туризъм**, а не адаптация на чужди туристически образци.

Подобен подход изисква специална икономическа стратегия на поощрения, ограничения и санкции, които ще дадат насоките за развитие на **всички** икономически отрасли, но заедно с това могат **да подкрепят** територии на свободното време, влияещи позитивно за развитието на човека.

8.

В този текст остана незасегнат един изключително важен въпрос, по който си заслужава да се дискутира. Става дума за **принудителното свободно време** на безработния или на незапочналия да работи или да учи. Безработният специалист се депрофесионализира в едно нежелано свободно време. И в този случай решенията са в общото икономическо развитие, в характера на това развитие, а в крайна сметка – в размера на печалбите, които ще инкасират някои.

Истината е, че проблемът за свободното време си остава един от най-важните социални проблеми, но фокусите на внимание са различни в различните социални времена – едни бяха те в зората на модерността, други

са във времената, определяни като постмодерни. Ако преди век осемчасовият работен ден бе шансът за свободно време, днес си мислим, че други са болните места на времето, определяно като свободно. Социалният контекст ни напомня, че и днес има работещи на неизвестно колко дълъг работен ден в шивашки предприятия с небългарски собственици и с преобладаваща заетост на жени, че има немалки групи от хора, които имат **нежеланото свободно време** на безработния. Но социалният контекст ни напомня с тревога и за особената посока

на развитие, която пое самото използване на свободното време за ценностите, с които нерядко се свързва. Но за това вече всъщност доста говорихме.

* *

*

Потребностите на свободното време ще поставят много императиви пред икономиката. Обществото обаче трябва да задържи достатъчно предпазни клапи, за да може наистина свободното време да бъде пространство на хуманизма и културата, на социалната толерантност и справедливост.

Разработката е представена на Научна конференция на Стопанския факултет при ЮЗУ „Н. Рилски” „Икономика на свободното време”, проведена на 17-19 ноември 2005 г.
