

обществу не находит должного признания. Все более и более проявляющееся «обмирщение» сознания этих верующих свидетельствует о размывании их религиозности. Так, согласно данным Ю.В.Никулиной, 53,2% опрошенных по-прежнему заявляют о своей конфессиональной принадлежности, но их вера во многих случаях не подкрепляется культовыми действиями [2, с.144]. В этом находит свое отражение специфика диверсификации религиозного сознания основной массы верующих.

Таким образом, в условиях глобализации и системной трансформации белорусского общества диверсификация религиозного сознания осуществляется по четырем основным направлениям. Во-первых, формируются новые виды мистицизма на основе эклектического соединения религии и новейших достижений науки. Во-вторых, возрождается язычество, сочетающее религиозные верования с этническими традициями. В-третьих, появляются новые христологические течения, акцентирующие внимание на необходимости глубокого изучения Библии и активизации миссионерской деятельности. В-четвертых, «размывается» религиозность традиционных верующих в связи с «обмирщением», их сознания. В начале XXI столетия этими процессами охвачены верующие всей республики, а не только Белорусского Полесья. Следовательно, исчезает специфика полесских верований, обусловленная прежней изолированностью данного региона и образом жизни автохтонного населения. Современная внеконфессиональная и институционализируемая религиозность полешуков вызвана к жизни общими для всех верующих республики причинами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акинчиц И.И. Современный верующий. - Брест, 1999. - 244 с.
2. Бабосов Е.М. Структурная трансформация образа жизни населения Беларуси в конце XX – начале XXI века / Е.М.Бабосов – Мн.: Право и экономика, 2005. - 230 с.
3. Булгаков С.Н. Свет невечерний: Созерцания и умозрения. - М.: Республика, 1994. - 415 с.
4. Макаров В.М. Проект "Белая Русь – край мира, здоровья и согласия" и комментарии к нему // Неокультовые объединения в Беларуси. - Мн.: Изд-во «Четыре четверти», 1999. - с.51-53.
5. Новикова Л.Г. Религиозность в Беларуси на рубеже веков: тенденции и особенности проявления: социологический аспект / Л.Г.Новикова – Мн.: «БТН-информ», 2001. - 132 с.
6. Прокошина Е.С. Агни-Йога. Живая Этика. Иерархия света // Неокультовые объединения в Беларуси. - Мн.: Изд-во «Четыре четверти», 1999. - с.70-72.
7. Тейлор К. Про небо, принца и многое другое. - 4-е изд. - Корнталь: Изд-во «Свет на Востоке», 1990. - 107 с.
8. Янович И.И. Религиозная ситуация в республике // Исторические судьбы христианства и современность. - Брест, 2000. - с.3-6.

PROBLEMY CZASU WOLNEGO

Alina Borowska

Politechnika Białostocka, m. Białystok Polska

W dzisiejszych czasach systematycznie wzrasta ilość wolnego czasu. Związane jest to ze skracaniem czasu pracy i z wydłużeniem czasu życia. Skracanie czasu pracy związane jest z rozwojem nowych technologii i przewiduje się, że tendencja ta będzie wzrastała, ponieważ rewolucja informatyczna i komunikacyjna gwarantują większą ilość produkcji przy mniejszym zatrudnieniu. W wyniku bezrobocia technologicznego oraz krótszego tygodnia pracy, zwiększa się sukcesywnie ilość wolnego czasu. Czas ludzi traci swoją wartość

rynkową. Spełnia się oto to, co powiedział Herbert Marcuse na początku rewolucji komputerowej: „Automatyzacja grozi możliwością odwrócenia relacji między czasem wolnym a czasem pracy. Czas pracy może stać się marginalny a czas wolny <pełnoetatowy>”. [8, s.279] Praca nadawała i nadaje wciąż sens ludzkiemu życiu. W społeczeństwie czasu wolnego należy na nowo nadać sens ludzkiemu życiu.

Czas wolny w powszechnym pojęciu, to czas wolny od pracy i zajęć obowiązkowych. Według Aleksandra Kamińskiego [6] czas wolny – to ta część budżetu czasu, która nie jest zajęta przez pracę zarobkową normalną i dodatkową ani przez systematyczne kształcenie się, ani przez zaspokajanie potrzeb elementarnych, fizjologicznych, ani przez stałe obowiązki domowe i może być spożytkowana bądź na swobodne wczasowanie, bądź na życie rodzinne, obowiązki społeczne i aktywność przynosząca wyraźne korzyści.

Wczasy (pojęcie wprowadzone przez A. Kamińskiego) to treści wypełniające czas wolny. Natomiast wczasowanie to rekreacja czyli czas, który swobodnie i dobrowolnie poświęcony jest na zabawę, odpoczynek (bierny czy aktywny) oraz podejmowaną z własnej potrzeby, dla własnego rozwoju pracę umysłową (samokształcenie), aktywność artystyczną, sportową czy techniczną.

Kamiński nawiązując do źródeł greckich, uważa, że czas wolny pełni trzy wzajemnie uzupełniające się funkcje: wypoczynkową, ludyczną i autokreacyjną.

Odpoczynek czyli rekreacja, to odreagowanie zmęczenia fizycznego i psychicznego dzięki wszelkim zajęciom rekreacyjnym.

Funkcja ludyczna czyli naturalna zabawa jest bardzo ważnym elementem psychicznego i społecznego życia człowieka bowiem uwalnia ona ludzką wyobraźnię, by stworzyć wspólne wartości. Jest podstawowym rodzajem zachowań ludzkich, bez którego nie może istnieć cywilizacja.

Natomiast funkcja autokreacyjna oznacza samorozwój czyli wszelkie zajęcia rozwijające i kształtujące jednostkę, służące wyzwoleniu talentów i zdolności drzemających w człowieku, prowadząca do samorealizacji.

Głównym problemem związanym z wzrastającą ilością czasu wolnego jest to, że ludzie zaskoczeni tak dużą ilością czasu wolnego, nie umieją go wykorzystać konstruktywnie. Kamiński już w latach siedemdziesiątych analizując te zjawiska, stwierdził, że ilość czasu wolnego wyprzedza na ogół umiejętności jego wykorzystania. Ludzie umieją wykorzystywać efektywnie czas pracy, ponieważ w tym zakresie byli i są szkoleni (socjologia pracy, organizacja pracy, zarządzanie czasem). Jak dotąd, ludzie nigdy nie byli instruowani jak wykorzystać czas wolny, ponieważ zawsze było go za mało.

Z badań [3] wynika, że ludzie mimo iż tęsknią za czasem wolnym, to nie mają z niego tyle radości i satysfakcji jak z pracy. Okazuje się że to praca dostarcza najwięcej satysfakcji, zwłaszcza wtedy gdy ludzie rozwiązują ponadprzeciętne zadania, gdy „muszą” być aktywni i kiedy wykorzystują swoje możliwości i talenty. Natomiast w czasie wolnym, gdy oddają się biernym rozrywkom takim jak czytanie, telewizja, spotkania ze znajomymi czy udział w kulturze, najczęściej doświadczają apatii, czują się bierni, znudzeni i niezadowoleni. Mihaly Csikszentmihaly stwierdza, że: „Masowa rozrywka, masowa kultura, a nawet kultura elitarna, traktowana biernie i tylko z zewnętrznych powodów – na przykład, by zademonstrować swój status społeczny – nie będą niczym innym niż pasożytami umysłu. Absorbują naszą energię psychiczną nie dając nic w zamian. Zostawiają nas jeszcze bardziej wyczerpanymi i zrezygnowanymi”. [3, s.283]

Jednym z głównych problemów związanych z powiększającą się ilością czasu wolnego jest to, że czas wolny staje się niepostrzeżenie czasem konsumpcji. O wolny czas jednostki najsukuczniej i najbardziej „naukowo” zabiega rynek. Tworząc coraz nowe produkty i usługi, tworząc tak zwane „falszywe potrzeby”, prowokując do zakupów kompulsywnych i impulsywnych, rynek najbardziej dba o swoje interesy i przeprowadza efektywny drenaż umysłów i kieszeni obywateli.

Rynek stara się o to, aby zaspokoić jak najwięcej potrzeb człowieka i wypełnić funkcje czasu wolnego, tworząc tzw. malle¹, czyli centra handlowe, w których oprócz towarów proponuje się konsumentom również rozrywkę, zabawę i relaks i wszelkiego rodzaju przeżycia. Człowiek ulega więc „aksamitnej tyranii konsumpcyjnego totalitaryzmu” jak mówi Benjamin Barber, w całkiem przyjemnych okolicznościach, bez świadomości, że w ogóle komuś lub czemuś ulega, bez świadomości, że jest skutecznie manipulowany.[1]

Wielkie międzynarodowe korporacje dążą do uczynienia ze społeczeństwa, biernych obywateli posłusznych wszelkim manipulacjom. Ludzie mają biernie poddawać się narzuconym wzorom życia społeczeństwa konsumpcyjnego. Narzędziem, które jest najbardziej skuteczne w indoktrynacji i manipulacji społeczeństwa w kierunku konsumpcjonizmu jest telewizja (która dociera do 60% ludzi na świecie), a która powoduje dezaktywację ludzi, spadek aktywności umysłowej oraz obniżenie zmysłu krytycznego. Kultura masowa, której ojczyzną są USA, za pomocą współczesnych środków przekazu rozprzestrzenia się globalnie. Jej głównym zagrożeniem jest to, że promuje ona konsumpcyjny styl życia.

Korporacje globalne – ci współcześni kolonizatorzy aby zwiększyć swoje zyski i upłynnić swoje produkty, dążą do ustanowienia konsumpcjonizmu² na całym świecie i w związku z tym globalne wydatki na reklamę już osiągają wartość zbliżoną do wydatków na zbrojenia. W USA wydatki na reklamę równe są 2,3% produktu krajowego, niemal połowie wydatków na edukację i wzrastają przeciętnie o 6% rocznie.[5]

Badacze twierdzą, że za pomocą telewizji, „programujemy mózg całej cywilizacji, być może całego gatunku, co doprowadzi do ewolucyjnej stagnacji i katastrofy ekologicznej”. Wykorzystanie telewizji w celu promowania wyłącznie materialistycznych wartości stało się największym problemem w sferze życia psychicznego i zdrowia publicznego w Stanach Zjednoczonych i na całym świecie. [4, s.25]

W efekcie konsumpcyjnego stylu życia, współcześni Amerykanie, jak pisze Jeremy Rifkin to społeczeństwo ludzi otyłych, leniwych, nieruchomości, którzy spędzają większość czasu na snuciu marzeń o sukcesie, lecz nie są zdolni do „zapłacenia niezbędnej ceny” jaka jest osobiste zaangażowanie w świadome kształtowanie swojego życia.[7, s.53]

Według badań dotyczących czasu wolnego przeprowadzonych w Polsce, Polacy najczęściej spędzają czas wolny w sposób bierny, a najbardziej popularny sposób, to oglądanie telewizji, czytanie gazet i tygodników. W badaniach przeprowadzonych w roku 2003, pojawiła się nowa forma spędzania czasu wolnego, mianowicie zakupy w dużych centrach handlowych oraz spacerowanie po nich. Wydatki na konsumpcję czasu wolnego mają tendencję wzrostową i dotyczy to wszystkich warstw społecznych. [2, s.300]

Konsumpcja towarów i usług, związana jest również z konsumpcją kultury masowej, która za pomocą mediów „edukuje” społeczeństwo w jaki sposób należy wykorzystywać czas wolny z korzyścią nie dla jednostki lecz dla rynku.

¹ Jedno a największych centrów handlowych świata, West Edmonton Mall w Kanadzie jest największą na świecie sceną produkcji kulturalnych. Na ogromnym obszarze mieści się największe na świecie wesole miasteczko pod dachem, park wodny, flota okrętów podwodnych, największe pole golfowe pod dachem, 800 sklepów, 11 domów towarowych, 110 restauracji, lodowisko, kaplica ekumeniczna, hotel z 360 pokojami, 13 nocnych klubów i 20 sal kinowych. W tym sztucznym, lukrowanym świecie oprócz zakupów można bawić się, doznawać wielu różnorodnych wrażeń, uczestniczyć w wielu różnych spektaklach, być kimś, kim chciałoby by się być (choć na chwilę), ponieważ karta kredytowa działa tak samo jak zaklęcie „sezamie otwórz się”. [9]

² Konsumpcjonizm to nadmierna konsumpcja dóbr materialnych i usług, a więc taka, która nie jest usprawiedliwiona rzeczywistymi potrzebami ludzkimi i nie liczy się z kosztami ekologicznymi, społecznymi i indywidualnymi.

Kultura masowa usiłuje (coraz skuteczniej) zawiądnąć umysłami i emocjami ogromnych rzesz ludzi. Tworzy się tzw. telesektor inforozrywkowy, który za pomocą wszelkich środków przekazu ma wpływ na rzesze bezkrytycznych odbiorców. Następuje komercjalizacja dóbr kultury i dążenie rynku do tego, aby wszystkie relacje nabrały charakteru ekonomicznego. Benjamin Barber [1, s. 124] stwierdza, że wielu ludzi, a w krajach rozwiniętych jest to przeważająca większość, o wiele za dużo czasu spędza codziennie w którymś z komercyjnych przybytków: przed telewizorem, w centrum handlowym, w kinie, czy restauracji, a o wiele za mało albo wcale nie przebywa w takich przybytkach jak: kościół, szkoła, biblioteka, boisko, siedziba organizacji społecznej czy klub zainteresowań. Bo tylko te miejsca są środowiskiem sprzyjającym rozwojowi jednostki zarówno indywidualnemu jak i społecznemu oraz miejscem powstawania kapitału społecznego. Ponadto jak pisze Jeremy Rifkin: „Rozrywka dostarczana przez rynek jest raczej biernym, prywatnym doświadczeniem, a nie aktywnym, wspólnotowym. Wyłączenie zabawy przez siły rynkowe grozi masową dewaluacją jej kulturowego sensu, a co za tym idzie, utratą sfery kultury, którą ta zabawa zrodziła i wyhodowała” [9, s.277]

Utożsamianie czasu wolnego wyłącznie z konsumpcją i poświęcanie go wyłącznie na konsumpcję, przynosi wielorakie szkody, zarówno jednostkowe, społeczne jak i środowiskowe. Biorąc pod uwagę klasyczne funkcje czasu wolnego, jeśli nie są one wypełniane harmonijnie, to człowiek nie rozwija się, nie regeneruje swoich sił i nie nawiązuje prawdziwych więzi, jakie powstają w trakcie zabawy. Jednostka ulega atomizacji a bez trwałych więzi społecznych nie powstaje kapitał społeczny.

Czas poświęcony nadmiernej konsumpcji to czas stracony, bowiem wzrastająca ilość czasu wolnego – czyli kapitału, poprzez konsumpcję dóbr, usług czy kultury masowej, służy wyłącznie wzrostowi i bogaceniu się właścicieli korporacji.

Czas to kapitał, to ogromna ilość społecznej energii, która mogłaby być efektywnie zainwestowana dla dobra jednostki i społeczeństwa. Problemem jest brak społecznej edukacji w zakresie wolnego czasu i dlatego w społecznej świadomości zamiast pojęcia „jak zainwestować czas”, funkcjonuje pojęcie „jak zabić czas”.

O problemach społecznych związanych z czasem wolnym pisał już w latach siedemdziesiątych znany polski pedagog, Aleksander Kamiński. Twierdził on, że ludzie nie są przygotowani (już wtedy) do zagospodarowania swego czasu wolnego i dlatego niezbędne jest kształcenie w tym kierunku. Efektem wychowania dla wczasów³ powinno być stale podwyższanie poziomu kultury czasu wolnego jednostek, grup i społeczeństwa. Jego zdaniem wychowanie do wczasów powinno polegać m.in. na:

- pobudzaniu do wartościowych wzorów przy wykorzystaniu wielorakich bodźców psychicznych, społecznych i kulturalnych;

- manipulowaniu społecznie wartościowymi wzorami wczasów przez zaszczepienie nowych wzorów, sublimowaniu wzorów istniejących i zwalczaniu wzorów szkodliwych.

Pisał on, że skoro „czas wolny jest wielkim darem, jaki nowoczesnym społeczeństwom ofiarował postęp techniczny i walczący o lepsze życie proletariata”, to społeczeństwa te są zobowiązane do tego, aby stworzyć warunki do pożytecznego wykorzystania tego czasu, zarówno dla jednostki jak i dla społeczeństwa. Warunki te, to:

- przygotowanie ludzi do umiejętnego spędzania czasu wolnego pod względem zdrowotnym, moralnym i kulturalnym;

- stworzenie instytucji, które wspomagałyby dążenia człowieka do uzyskiwania wyższej jakości życia.

³ Według A. Kamińskiego, wczasy, są to zajęcia i zachowanie się w czasie wolnym od pracy zarobkowej – normalnej i dodatkowej.

A. zatem: to: edukacja kreuje pewien standard potrzeb kulturalnych, edukacyjnych i tych dotyczących aktywności społecznej czy fizycznej, które umożliwiają właściwe wykorzystanie czasu wolnego. To właśnie państwo za pomocą telewizji publicznej powinno wziąć odpowiedzialność za edukację społeczeństwa. Telewizja publiczna a nie komercyjna i odpowiednie nakłady finansowe mogą być skutecznym narzędziem w celu zapobiegania szerzeniu się konsumpcyjnego stylu życia, który jest zagrożeniem dla kultury narodowej, życia społecznego, zdrowia psychicznego i fizycznego jednostki oraz w ogromnym stopniu dla środowiska. To państwo musi obronić swoich obywateli przed kolonizatorami jakimi są międzynarodowe korporacje, to państwo musi dostarczyć alternatywnych wzorów wykorzystania czasu wolnego i za pomocą edukacji społecznej pomagać w tworzeniu zdrowego społeczeństwa.

LITERATURA

1. Barber B. R., *Dżihad kontra Mc Świat*, Wyd. Literackie MUZA, Warszawa 1997.
2. Bylok F., *Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005
3. Csikszentmihalyi M., *Przepływ*, Biblioteka Moderatora, Taszów 2005.
4. Elgin D., *Collective Consciousness and Cultural Healing, A Report to the Fetzer Institute*, San Anzelmo, California: Millenium Project, October 1997.
5. Elliot S., *Advertising: Healthy Economy Show Up in a Vital Sign: Ad Spending*, The New York Times, 18 czerwiec 1997, s.D4.
6. Kamiński A., *Czas wolny i jego problematyka społeczno- wychowawcza*, Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich, Wrocław, Warszawa, Kraków, 1965.
7. Rifkin J., *Europejskie marzenie*, Wydawnictwo Nadir, Warszawa 2005.
8. Rifkin J., *Koniec pracy schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław, 2003.
9. Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.

УЧАЩАЯСЯ МОЛОДЁЖЬ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМИРУЮЩЕГОСЯ ОБЩЕСТВА

Г.В. Жук, М.Г. Соколовская

Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, г. Брест, Беларусь

Молодёжь как особая социальная группа всегда находится в фокусе исследования социологов, т.к. именно она является чутким индикатором происходящих перемен и определяет в целом потенциал развития общества.

Ценностные ориентации молодёжи, её трудовые свершения, гражданский и нравственный облик оказывают заметное влияние на социальные и экономические процессы. Не случайно многие страны проводят целенаправленную политику в отношении подрастающего поколения, начинают активно «вмешиваться» в жизнь юношества, а его заботы становятся важнейшей частью единой государственной политики.

Не исключением в этом плане является и Республика Беларусь. Вступление страны на путь рыночных реформ не могло не отразиться на этой категории населения, которая в силу специфики своего статуса оказалась менее устойчива перед формирующимися в обществе новыми социально-экономическими, политическими и духовно-нравственными реалиями. Нынешнюю ситуацию в Республике Беларусь можно определить как стадию борьбы между старой системой ценностей, дающей существенные сбои, и новой, которая ещё только формируется. Сегодня часто можно услышать критику в адрес современной молодёжи, которую принято ругать за равнодушие, пессимизм, радикализм, девиантное поведение и т.д. Так какая она, современная белорусская молодёжь? Каковы ценности, которыми руководствуются молодые люди и которые определяют их обыденное сознание и повседневные представления о настоящем и будущем?