

ристов и формированию положительного имиджа государства в целом. Следует отметить, что сегодня многие белорусские организации уже смогли достичь значительных успехов в данном направлении. Так, например, среди наиболее крупных компаний, деятельность которых связана с продвижением событийного туризма в Беларуси, особой популярностью пользуется Белорусский туроператор ЧНПУП «Автоматизированные технологии туризма». Данная туристическая компания является одним из крупнейших операторов въездного и внутреннего туризма в Беларуси, которая предлагает организацию индивидуальных и групповых поездок на любые мероприятия и события, которые проводятся в стране. Спектр услуг организации достаточно широк: это и бронирование отелей, и организация экскурсий и туров по Беларуси (от однодневных обзорных экскурсий до многодневных экскурсионных программ и комби-туров с отдыхом в туристических комплексах и санаториях), и бронирование билетов на культурные и спортивные мероприятия, визовая поддержка и т. д.

Таким образом, возрастающая экономическая, социальная и имиджевая эффективность проведения социокультурных мероприятий различных форматов и направлений приводит к пониманию того, что события превращаются в инструмент продвижения бренда территории и формирования национального имиджа не только на региональном, но и международном уровне.

1. Глобова, С. А. Зарубежный опыт применения событийного маркетинга как инструмента повышения туристической привлекательности территории / С. А. Глобова // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы II Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, июнь 2013 г. – СПб. : Реноме, 2013. – С. 137–140.

УДК 379.8:616-036.21

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА СФЕРУ ДОСУГА

***О. В. Рогачёва**, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»*

Аннотация. В статье рассмотрены основные изменения, которые претерпевает сфера культуры и досуга в эпоху пандемии COVID-19. Обосновывается новый подход в понимании досуга как средства неформального взаимодействия между людьми, необходимого для их психологического комфорта. Описываются проблемы, с которыми столкнулась сфера досуга в этот период: изоляция; переход к дистанционной работе и учебе; необходимость поиска новых

способов и средств донесения контента до потребителя; переход в онлайн; усиление неравенства в отношении доступа к технологиям; обилие разнообразного и далеко не всегда качественного контента и пр. Отмечается, что внедрение технологических решений для возобновления активности в сфере культуры принесли и позитивные результаты. Новые форматы оказались востребованными и потребителями, позволив им справиться с последствиями социальной изоляции и удовлетворить свои культурные потребности, и организаторами досуга, предоставив альтернативные возможности профессиональной реализации.

Ключевые слова: досуг, досуговая деятельность, пандемия COVID-19, цифровые инициативы в сфере культуры.

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON LEISURE ACTIVITIES

O. Rogachova, PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Pedagogy of Sociocultural Activity of the Educational Establishment «The Belarusian State University of Culture and Arts»

Abstract. The article reveals the main changes that the sphere of culture and leisure is undergoing in the era of the COVID-19 pandemic. A new approach to the understanding of leisure as a way of informal interaction between people, necessary for their psychological comfort, is substantiated. Describes the problems faced by the leisure sector during this period: isolation, the transition to work and study remotely; the need to search for new alternative ways and means of delivering content to the consumer; going online; increasing inequality in access to technology; an abundance of varied, and far away always carried high-quality content and so on. At the same time, it is noted that the introduction of technological solutions for the resumption of activity in the field of culture has brought positive results. New formats turned out to be in demand both by consumers, allowing them to cope with the consequences of social isolation and satisfy their cultural needs, and by leisure organizers, providing alternative opportunities for professional realization.

Keywords: leisure, leisure activities, COVID-19 pandemic, digital cultural initiatives.

Пандемия COVID-19 коренным образом изменила повседневную жизнь людей во всем мире. Введение требований социального дистанцирования, запреты на скопление людей, закрытие границ серьезно повлияли на мировую экономику, тяжело пострадала сфера культуры. Закрытие культурных и развлекательных объектов (театров, клубов, кинотеатров, музеев, художественных галерей и т.д.), перенос фестивалей и торжеств, отмена туристических мероприятий и путешествий привели к тому, что роль досуга в жизни общества и конкретного человека стала меняться.

Дети и подростки, для которых межличностные отношения и занятия вне дома являются одними из главных факторов развития, столкнулись с тем, что необходимо перестраивать свои социальные контакты; взрослые,

особенно работающие из дома, вынуждены приспосабливаться к смешанному распорядку и увеличению занятости (например, выполнение школьных заданий с детьми, которые учатся дистанционно); стали предъявляться высокие требования к технологическим навыкам пожилых людей в удовлетворении потребностей в социальных связях. Все это привело к усилению эмоционального напряжения и росту стресса среди населения. В обычной ситуации достижение эффективного преодоления подобных негативных явлений через погружение в досуговую деятельность широким кругом населения воспринималась как приемлемая стратегия.

Еще в конце 1980-х гг. была сформулирована одна из моделей мотивации участия в творческой деятельности, суть которой заключалась в том, что участие в досуге служит барьером, защищающим человека от негативных последствий повседневной жизни, как личных, так и социальных [3]. Согласно этой концепции, люди стремятся противостоять переживанию дисбаланса (состояния избытка или дефицита) в личной сфере, изменяя свой распорядок дня на досуге. Таким образом они надеются достичь оптимального психологического состояния, например, реализуя свой потенциал, справляясь с проблемами, обучаясь и расслабляясь. Та же динамика наблюдается и в межличностном взаимодействии с другими людьми, поскольку люди ожидают решения этих проблем в ходе досуга. В личной сфере досуг позволяет людям сохранять и улучшать свое здоровье и благополучие в физической и эмоциональной сфере; справляться с хроническим стрессом. Досуг играет важную роль в обеспечении индивидуального участия, чувства принадлежности, улучшении социальных отношений и повышении качества жизни и благополучия человека [3].

В тоже время экстремальная ситуация, вызванная пандемией, привела к тому, что сфера досуга претерпела изменения и была вынуждена адаптироваться под новые условия жизни общества. Членами Всемирной организации досуга (WLO) были обозначены следующие важные проблемы, требующие осмысления и решения.

В первую очередь, это переход к работе, учебе и иным видам деятельности на дому в результате самоизоляции. Исследования, проведенные в Нидерландах, показали, что изоляция и меры социального дистанцирования не обязательно означают увеличение свободного времени. Динамика работы на дому размывает границы привычного распорядка дня, из-за чего часто трудно понять, куда уходит время [4]. Следовательно, люди вынуждены заниматься тайм-менеджментом, распределяя время между работой (если она есть), учебой, домашними делами и досугом. Самоизоляция требует от людей освоения новых практик потребления контента. Например, избирательности и умения правильно распределять свои ресурсы.

Распространение коронавирусной инфекции повлекло за собой изменение привычных форм проведения досуга: ограничение личных встреч, запрет на посещение заведений с большим скоплением людей (театры,

кинотеатры, кафе, бары и т. д.). По данным исследования [1], с начала пандемии люди стали меньше тратить на развлечения, путешествия, транспорт, одежду и рестораны. При этом было отмечено, что участники исследования больше всего испытывали недостаток как раз в культурных мероприятиях: посещения кафе, ресторанов, музеев, кино и театров, прогулках с друзьями, путешествиях и спорте.

В ответ на растущий запрос со стороны населения организаторы досуга вынуждены рассматривать возможность использования альтернативных цифровых площадок, применять технологии виртуальной реальности. Почти все мероприятия, активности, встречи перешли в онлайн. Можно отметить, что многие развлечения стали более доступными: никуда не надо идти, нужно просто нажать на кнопку, многое стало бесплатным или почти бесплатным: музеи, галереи и библиотеки создают виртуальные туры и расширяют доступ к электронным версиям книг. Концертные залы и театры организуют онлайн-трансляции выступлений, артисты используют площадки социальных сетей для того, чтобы исполнять свои произведения и общаться с поклонниками [2].

Вместе с тем у обилия разнообразного контента есть и другая сторона. Далеко не все, что представлено на онлайн-площадках обладает должным качеством. Необходимо уметь отделять ценное от простого «мусора». Еще одна проблема – это переизбыток информации, который порождает внутреннее напряжение: человек весь день работает в Сети (совещания, встречи с коллегами по Zoom, созвоны с клиентами и др.), и отдых теперь тоже проходит на онлайн-площадках. Из-за постоянного нахождения онлайн сенсорные системы человека перегружены. В основном задействованы зрение и слух. И хотя кажется, что приобретается тот же самый культурный опыт, что и ранее, дисбаланс в сенсорной нагрузке приводит к колоссальной усталости и чувству пресыщения.

Возможно, на фоне переизбытка онлайн-активности повысилось внимание к «домашним» формам досуга: концертам и «встречам» на балконе, домашним тренировкам, настольным играм и головоломкам, рукоделию, домашней выпечке и активному волонтерству в помощь соседям.

Всплеск интереса к цифровым продуктам в сфере культуры и досуга усилил неравенство между странами и отдельными людьми в отношении доступа к технологиям и дал основания для формирования некой привилегированности. Для полноценного включения в социальную и культурную жизнь общества необходимо иметь качественный и быстрый интернет, технику (смартфоны, компьютеры, камеры, микрофоны и др.), обеспечивающую всестороннее взаимодействие, а также время. Участниками и потребителями цифровых досуговых инициатив в первую очередь становятся люди, у которых сохранилась работа и этой работы не так много – есть возможность выделить время для досуга.

Подводя итог, необходимо отметить, что на данный момент отсутствует возможность сделать какие-либо выводы относительно будущего сферы

досуга после пандемии. При этом очевидно, что данная ситуация привела к переоценке многих важных вопросов. Например, анализу способов проведения досуга, которые были некритически приемлемыми, часто экологически неустойчивыми или системно репрессивными до пандемии; расширение инновационных форм проведения досуга в онлайн, виртуальных, цифровых пространствах и т. д. В целом сфера досуга, хотя и в различных формах, пережила этот кризис благодаря, с одной стороны, экзистенциальной потребности в досуге, а с другой – большому культурному предложению, создаваемому новыми формами культурного потребления.

1. Кудрявцева, А. Как пандемия изменила нашу жизнь и стали ли мы менее счастливыми? Результаты опроса читателей «Бумаги» [Электронный ресурс] / А. Кудрявцева. – Режим доступа: <https://paperpaper.ru/kak-pandemiya-izmenila-nashu-zhizn-i-sta>. – Дата доступа: 01.09.2021.

2. Культура в условиях пандемии COVID-19: дайджест 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-culture.pdf>. – Дата доступа: 01.09.2021.

3. Iso-Ahola, S. E. Leisure-related Social Support and Self-determination as Buffers of Stress-illness Relationship / S. E. Iso-Ahola, C. J. Park // Journal of Leisure Research. – 1996. – No. 28. – P. 169-187.

4. Marques, L. Cultural Leisure in the Time of COVID-19: Impressions from the Netherlands [Electronic resource] / L. Marques, G. Gijolo // World Leisure Journal. – 2020. – Vol. 62, Issue 4. – Mode of access: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/16078055.2020.1825256>. – Date of access: 01.09.2021.

УДК 141.201

ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЖИЗНЕННАЯ ЦЕННОСТЬ В РАБОТАХ Э. ФРОММА

Н. В. Самосюк, кандидат культурологии, доцент кафедры истории славянских народов учреждения образования «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Аннотация. В статье раскрывается специфика понимания Эрихом Фроммом идентичности как жизненной ценности. Подчеркивается, что Э. Фромм рассматривал идентичность на индивидуальном и общечеловеческом уровнях. Особое внимание уделено тому, что немецкий мыслитель выделял стадии в формировании истинной идентичности на общечеловеческом уровне: клановую, статусную. По мнению Э. Фромма, достижение истинной идентичности является залогом психического здоровья.

Ключевые слова: истинная идентичность, клановая идентичность, статусная идентичность, формирование идентичности на индивидуальном уровне, Эрих Фромм.