

должно основываться на согласованности всех частей структуры имиджа города.

Литература

1. Важенина И.С., Важенин С.Г. Имидж как конкурентный ресурс региона // Регион: экономика и социология. 2006. № 4, 72-84с.
2. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики в С-Петербурге, 2005. 376с.
3. Люлько А. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование // URL: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2011/08/Lulko.pdf> (дата обращения 02.11.2012).
4. Межевич М.Н. Социальное развитие и город. Философские и социологические аспекты. Л.: Наука, 1979. 231 с.
5. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, 2000. 656с.

Шманцарь М.В.,
г. Екатеринбург

ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК СИМВОЛИЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Прежде чем приступить непосредственно к рассмотрению досуговой деятельности через призму ее возможности формировать символический капитал субъекта, необходимо уделить внимание определению понятия «символический капитал». Данное понятие предложено французским социологом П. Бурдьё, который рассматривал его в качестве своеобразного «кредита доверия», облегчающего социальный обмен.

Символический капитал приносит своему владельцу выгоду, однако она не столь очевидна, как выгода от экономического капитала. Бурдьё отмечает, что в современном обществе символический капитал приобретает способность определять положение индивида в социальном пространстве [2]. Это связано с тем, что в период современности значительную роль играют в большей степени не финансовые ресурсы, а знания, компетенции, ценностные ориентации и определяемые ими репутация и имидж индивида.

В самом широком смысле под символическим капиталом понимается знания, отождествляемые с богатством; способности человека, вложения в развитие которых приносят ему доход. Символический капитал складывается из большого количества смыслов, несущих информацию, вкладываемую в него его обладателями и воспринимаемую окружающими людьми [4].

Итак, мы в общем виде обозначили сущность символического капитала, далее рассмотрим его в контексте досуговой деятельности. Досуг – это деятельность в свободное от выполнения трудовых и хозяйственно-бытовых обязанностей время. К этой деятельности человек обращен по своему желанию для того, чтобы расслабиться, разнообразить и расширить сферу познания и участия в общественной жизни, проявить свои творческие способности. На современном этапе развития общества отношение к досугу существенно отличается от традиционных представлений.

В аграрном и индустриальном обществах свободное от труда и бытовых дел время воспринималось, в первую очередь, как возможность восстановить силы для дальнейшей работы, то есть досуг был необходимостью, приложением к трудовой деятельности.

Затем в сфере труда произошли такие изменения как сокращение рабочего времени и улучшение условий труда; а также стала активно развиваться индустрия досуга – появилось множество новых средств проведения досуга. Вследствие этого, досугу человек стал уделять больше

внимания; он (досуг) стал скорее не необходимостью, а приятным времяпровождением, возможностью для физического и духовного развития.

Досуг в современном обществе – это обширная область личностного выбора, возможность сделать свою жизнь ярче и насыщеннее. Удовлетворенность досугом является существенным показателем социального самочувствия. Проведение досуга отражает положение в структуре общества и качество жизни индивидов и социальных групп [1].

Согласно концепции Фурастье и Дюмазедье, начиная с определенного уровня экономического развития, досуг приобретает все большую автономию от труда и становится самостоятельной ценностью, и люди начинают считать досуг более значимой сферой, чем труд – человечество вступает в эпоху «цивилизации досуга», основной характеристикой которой является принцип «работать, чтобы отдыхать».

М. Каплан понимает под досугом центральный элемент культуры. Он считает, что досуг в современном обществе является источником идентификации личности и тех ценностей, которые раньше формировались работой и религией [5].

Опираясь на вышеизложенное, сформулируем следующий тезис: досуговая деятельность выступает в качестве одного из источников символического капитала индивида. На первый взгляд, досуг влечет за собой лишь затраты и не может приносить человеку выгоду.

Действительно, посещение театров, музеев, клубов, ресторанов и т. п., включенность в деятельность различных образовательных, оздоровительных, общественно-политических или гражданских институтов, любая другая социальная активность требуют заметных дополнительных затрат как материального, так и интеллектуального характера.

Несмотря на это, досуговая деятельность служит сферой жизнедеятельности, способствующей реализации тех качеств, способностей личности, которые по тем или иным причинам он не может развивать в

рамках трудовой деятельности. Досуг связан с проявлением творчества, интеллектуального и эстетического потенциала.

Как досуг может приносить индивиду выгоду: к примеру, вовлеченность в культурную и общественную деятельность «работает» на создание имиджа и его поддержание, а также способствует установлению необходимых социальных связей, что может принести выгоду в виде улучшения позиции субъекта в социальном пространстве либо повлиять непосредственно на получение дохода в денежном эквиваленте.

Досуг сейчас является многоуровневым, дифференцированным – коммерциализация культуры породила «престижные» способы проведения досуга, которые доступны лишь элите. В свою очередь, представители других социальных слоев стремятся заниматься чем-то похожим на досуг элиты, чтобы не отставать от моды.

Разумеется, самые распространенные и не требующие никаких дополнительных затрат домашние формы проведения досуга (просмотр телевизионных передач, чтение) при отсутствии социальной активности вне дома представляют собой самый *простой* тип досуговой активности [3]. Тем не менее, даже такие формы досуговой деятельности играют существенную роль в самообразовании и, следовательно, в развитии профессиональных компетенций.

Таким образом, досуговая деятельность позволяет задействовать потенциал личности, раскрыть его способности, что способствует формированию и накоплению символического капитала.

Литература

1. Абанкина Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» // Отечественные записки. 2005. № 4. URL: <http://www.strana-oz.ru/?numid=25&article=1101> (дата обращения: 13.02.2014).

2. Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб.: Алетейя. 2005.
3. Городской средний класс в современной России. Аналитический доклад. URL: http://www.isras.ru/analytical_report_MiddleClass_7.html (дата обращения: 15.02.2014).
4. Демидова М.В. «Символический капитал»: социально-философский анализ. URL: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1739-l-r---> (дата обращения: 15.02.2014).
5. Hazard P. D. Leisure in America: A social inquiry by Max Kaplan. URL: <http://myglobaleye.blogspot.com/2009/11/leisure-in-america-social-inquiry-by.html> (дата обращения: 14.02.2014).