

ПРОБЛЕМА ГУМАНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В статье рассматриваются приоритеты общечеловеческих ценностей в сфере социально-культурного сервиса, анализируются препятствия и резервы в распространении гуманистического опыта в социальной сфере, исследуются механизмы возрождения традиций отечественного просветительства

Гуманизация социокультурного сервиса исключительно актуальна в контексте его консолидирующей роли в современном обществе и тех опасностей, которые таит в себе социальное расслоение. Олицетворяя идею приоритета человеческих ценностей и потребностей над ценностями экономическими и технократическими, она противостоит тенденциям отчуждения человека от культуры и утверждает требование общедоступности культурных услуг [9].

Однако стремление к преодолению общественных антагонизмов в сфере потребления социокультурных благ сталкивается с целым рядом объективных и субъективных препятствий. Среди них следует особо выделить отсутствие единой культурной идеологии и снижение статуса гуманитарных наук ввиду назревающего очередного бума наук сугубо технологических. Не упрощают ситуацию и разночтения самого термина «гуманность», значения которого связываются со множеством материалистических и религиозных, позитивистских и экзистенциальных смыслов. Поэтому исследование перспектив гуманизации социокультурного сервиса уже на подступах к теоретическому осмыслению встает перед двоякой проблематикой. С одной стороны – это противоречие между потребностью практики в более чётком научном обосновании гуманизма как идеологии и отсутствием таковой в современном научно-философском знании, лежащем в основе теории и методики социокультурного сервиса. С другой стороны – противоречие между наличием эмпирически фиксируемых образцов благотворного влияния гуманистических начинаний в сфере социокультурно-

го сервиса и недостаточно активным исследованием и распространением такого позитивного опыта. При этом первая из названных проблем представляется трудноразрешимой ввиду того, что нарабатанный в смежных областях теоретико-методологический и практико-методический багаж лишь с большими издержками может быть применён к сфере социокультурного сервиса. В частности, многие носители идей гуманизации (А. Маслоу, Д. Риесман, К. Роджерс, В. П. Зинченко, А. В. Петровский) не могли предвидеть те конкретные условия, которые сегодня царят на рынке сервисных услуг [1]. Так, в социально-культурной практике, актуальной для времени возникновения идей гуманизации, спрос на образовательные или рекреативные услуги ещё не обуславливался столь жёстко сугубо экономическими детерминантами. Подверженность же современной социокультурной сферы практически полной зависимости от предпочтений обслуживаемого ею населения, порой отличающегося не вполне развитым вкусом, если и не является аксиоматичной, то уж точно налагает на все её институты обязанность ставить просветительские задачи «в зоне ближайшего развития» аудитории. Для этого требуется поистине виртуозное мастерство.

Значимым препятствием на пути распространения гуманистического опыта предстают многочисленные столкновения сторонников гуманизации сервиса с представителями нелиберальных взглядов, требующими «обеспечения конституционных прав и свобод потребителей» при малейших попытках законодателей защитить рынок услуг от чрезмерно активной рекла-

мы насилия, сексомании, ненормативной лексики и других неоднозначно оцениваемых общественностью явлений [16].

Не меньшая сложность обнаруживается и в ходе осмысления практических проблем гуманизации социально-культурного сервиса. В частности, уже предварительный анализ ситуации показывает, что на сегодняшний день наибольший круг субъективных противоречий, связанных с перспективами гуманизации социокультурных услуг, просматривается в неоднозначном истолковании самими профессиональными субъектами социокультурной деятельности собственных приоритетов и интересов в данной, отнюдь не бесприбыльной сфере. Не находятся с ними в гармонии и интересы непрофессиональных субъектов, в роли которых выступают различные социальные группы обслуживаемого населения.

Так, анализ резервов, имеющихся у всех профессиональных субъектов, которые могли бы включиться в реализацию программ гуманизации, обнаруживает значительный разрыв между имеющимися возможностями и их недалёковидным игнорированием. В частности, в первую очередь это касается нереализованного потенциала образовательно-воспитательных учреждений, некогда демонстрировавших результаты, поражавшие своими «просветительскими рекордами» весь мир. Так, ликвидация безграмотности в послереволюционный период первой четверти XX века показала способность отечественной школы быть конденсатором идей, не только намечающих тотальное разрешение множества глобальных проблем в духе социального партнёрства, но и сообщающих обществу энергетический посыл к овладению силами всех слоев населения наиболее передовыми технологиями нравственного и профессионального становления. Современная же общеобразовательная школа не только не стала ареной межсемейного и межгруппового партнёрства с целью создания некоторых, хотя бы примитивных «бизнес-инкубаторов», но умудрилась застыть на уровне элементарных попыток сдачи в аренду своих площадей различным элитным фитнес-клубам, школам автовождения, частным стоматологическим клиникам и т.д., то есть продемонстрировала свою приверженность

интересам отнюдь не наиболее обездоленных слоев населения, нуждающихся в гуманном содействии.

Не меньше резервов скрывается и за инерцией, проявляемой градообразующими комплексами и агломерациями, уклоняющимися от решения некогда традиционных для них задач по транспортно-коммуникативному и техническому обеспечению процесса культурного совершенствования городской среды, являющейся местом обитания трудящихся и членов их семей. Ведь дороги, парки, гостиницы, спортивные комплексы, театры, аэропорты – не только элементы бытовой инфраструктуры, но и «естественная» среда развития социокультурного сервиса и туризма [8].

В значительной мере отстают от возможных темпов использования своих ресурсов и культурно-досуговые учреждения, переживающие подлинный коллапс, характеризующийся если не самоуничтожением, то утратой всяких попыток использования интерактивных технологий, повсеместно заменяемых субъектно-объектным «профессиональным» исполнением [2]. Переживая крайности – от анархо-гедонистических бросков в абсолютно неконтролируемое самообслуживание молодёжи, сопряжённое с наркотизацией, до элитарного обслуживания клиента – сфера данного вида услуг являет собой систему подражательного следования весьма ограниченным по своему творческому потенциалу потребностям [6].

При этом не может быть названа идеальной и система подбора кадров для удовлетворения сервисного спроса. Ориентированная на зарубежные модели следования сугубо актуальным потребностям «массового заказчика», она всё меньше опирается на классическое искусство и подлинное народное творчество. Пренебрежение отечественными культурными традициями и игнорирование ментальных черт «книжности» и «философичности» российского просвещения и самообразования приводит к утрате высоких стандартов подлинного педагогического мастерства и снижает сам уровень народного самообразования, считавшегося всеми классиками в области педагогики вершиной любого образования [15].

Не в лучшем состоянии находятся и туристско-экскурсионные учреждения. Весьма ограниченные в своих рекламных возможностях (о чём можно судить, просмотрев целые кипы глянцевого журналов), они пытаются привлечь на свои туры экскурсантов проверенными «дедовскими» способами: громкоговорителями, «чайными» голосами зазывал. И это при том, что неограниченный творческий ресурс, которым обладает культурная столица России, мог бы удовлетворить запросы миллионов путешественников, если вспомнить состав творческой интеллигенции, населяющей Петроград-Ленинград-Петербург. В сложившейся же ситуации прослеживается стратегия превращения социокультурного обслуживания в сферу, дающую доход без предварительных затрат в соответствии с маркетинговой системой Эванса [8, 12]. Занесение достопримечательностей Санкт-Петербурга в «красную книгу» ЮНЕСКО является сегодня, образно выражаясь, не столько фактом позитивистского признания их ценности, сколько фактом признания актуальности их сохранения от вандализма в области отечественной культуры.

Здесь находят отражение процессы, характерные для всей экономики в целом, вне зависимости от того, идёт ли речь об эксплуатации культурных ресурсов или природных. Ведь во всех областях активность создания тех или иных благ, превращаемых в товары, в конечном счёте упирается в вопрос о том, кто будет доминировать на стадии сбыта той или иной продукции.

Попытки свести разрешение всех аспектов данной проблемы к изменению самосознания и к формированию у элиты собственников «потребительского патриотизма» не принесут результата без соответствующего реформирования законодательства, которое права потребителей расценивало бы не ниже, чем права владельцев туристского и, в целом, социокультурного бизнеса.

Требуется разрешения и вопрос об адекватном инвестировании проектов, направленных на охрану и экономически разумную эксплуатацию национального культурного наследия. Так, приток внешнего туризма в Россию сегодня составляет не бо-

лее 2 % от всей массы туристически активного населения планеты. Данные же исследований показывают, что развитые страны в тысячи раз больше расходуют средств на рекламу туризма по сравнению с Россией [5].

Проблематичными являются и перемены в экстерьерном облике города. Так, противостоят идее его сохранения в качестве национальной столицы, всё более явно просматривается стремление к превращению его в «средний западно-европейский» город. И это стремление демонстрирует ориентацию на некий зарубежный опыт, скорее нивелирующий, чем подчёркивающий этнокультурное своеобразие городской среды.

Между тем внедрение заимствованных, пусть и успешных, технологий сохранения и эксплуатации памятников культуры не должно означать «вколачивания» своего туристического раздолья и социокультурного многообразия в рамки зарубежного концептуального искусства «на потребу», становящегося ведущим в пресыщенной и весьма эпатажной западной культуре. К тому же попытки объединения большинства населения под знамёнами названного искусства, способного лишь на критическое осмысление прошлого и скептическое восприятие настоящего, ничуть не отвечают задаче воспитания в подрастающем поколении идей хотя бы некоторого оптимизма.

И данное обстоятельство выдвигает перед культурно-педагогической практикой ещё одну проблему: более чёткого определения приоритетов в различных жанрах массовой и профессиональной культуры. В частности, история свидетельствует, что «массовизация» культуры потребления по своей природе отнюдь не является результатом некоего «местного дурновкусия». Так, например, в 90-е годы XX столетия на здании Стокгольмского национального музея можно было увидеть закрывающую весь фасад рекламу популярной эстрадной группы «ABBA». И в Москве с таким же восторгом население встречает доживших до начала XXI века представителей «ливерпульской четвёрки» (это на фоне-то забвения собственных деятелей культуры, составивших ей имя в серьёзнейших жанрах). Однако названное «размывание» чего-

то в культуре «среднего» между классическим искусством и народным творчеством – того, что везде называется «поп-эстрадой», – в России начинает обретать статус сотворения некой новой «классики». Более того, именно эта размытая зона и воспринимается уже как классика, вытесняющая и подлинное классическое искусство, и народное творчество на некие маргинальные обочины, что и определяет весь подражательный стиль «европеизации» сервиса, при которой вместе с формой в заданном направлении меняется и содержание. Цену же этому процессу первыми уже успели почувствовать жители российской глубинки, познавшие не только культурные, но и экономические последствия подражания «пустого пустому». И особенно это значимо на фоне того обстоятельства, что основные артефакты национального культурного наследия сосредоточены отнюдь не в «оголённой» провинции, а в крупных городах страны, население которых «традиционно» ориентируется не на отечественные, а на зарубежные образцы культуры, и это обстоятельство замедляет процесс возвращения к собственно российским культурным ценностям.

Возрождение традиций отечественного просветительства может явиться значительным ресурсом гуманизации культурного обслуживания населения, чему имеются убедительные подтверждения. Так уже сегодня многообещающими выглядят редкие, но впечатляющие результаты деятельности тех культурно-сервисных учреждений, которые получают хотя бы минимальную поддержку государства и общества. В частности, исключительно результативно работают художественные школы, организуемые не только на базе музеев, но и в скромных условиях областной глубинки или на окраинах спальных районов города. Это даёт основание полагать, что именно здесь пролегал будущий духовный благосостояния народа. Однако экспериментальный прорыв сотен самоотверженно работающих педагогов останется частным опытом, пока он не будет осмыслен и обобщён, а сами его творцы не получают более существ-

венную материальную и моральную поддержку всего общества.

В связи с этим следует отметить ряд оптимистичных посылок, намечающих гуманизацию социокультурного сервиса:

1. Назревшая возможность концентрации усилий всех заинтересованных институтов в целях объединения интеллектуальных и материальных ресурсов, необходимых для гуманизации социокультурного обслуживания населения. Эта посылка не представляется утопичной, если учесть, что даже в условиях нерегулируемого рынка рано или поздно должны появиться здравомыслящие политические силы, заинтересованные в укреплении социальной стабильности, так как она для них синонимична сохранению не только декларируемых моральных, но и некоторых экономических завоеваний.

2. Весьма существенным также представляется усиление государственного контроля в сфере социокультурного сервиса и государственной составляющей в собственности, что гарантирует более оперативное появление норм, позволяющих разрешить острые противоречия между конституционными правами распорядителей и потребителей социокультурных благ. Однако государственное регулирование здесь явится залогом успеха только в том случае, если оно будет инструментом проведения в жизнь интересов большинства населения, а не узкой корпорации монополистов, не ставящих свои цели в какую-либо связь с перспективами развития отечественной сферы культурных услуг.

3. На переломе развития страны и реформирования системы образования неизбежно встаёт вопрос о возрождении национального самосознания россиян и обеспечении равной доступности для них всех социокультурных благ. Следовательно, сегодня исключительно актуальным становится осмысление гуманистической сущности общественно-государственной культурной политики не только организаторами социокультурного и туристского сервиса, но и всеми, кто формирует современную социокультурную идеологию.

Л и т е р а т у р а

1. См., например: *Ягодин Г. А.* Через гуманизацию к демократизации, к новому качеству образования: Доклад на Всесоюзном съезде работников народного образования. // Правда. – 21 декабря 1988 г.
2. *Антонова О. А.* Культурно-зрелищные традиции Санкт-Петербурга. Учебное пособие для студентов специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм». – СПб.: Изд-во СПбГАСЭ, 2005. – 95 с.
3. *Белоусова И. В.* Эффективность процесса гуманизации образовательного пространства в гимназии // Известия Уральского государственного университета. – 2007. – №51. – С. 226-229.
4. *Лысак И. А.* Методы научных исследований: Учебное пособие. – Уфа: Уфимск. гос. институт сервиса, 2005. – 122 с.
5. *Морозов М. А., Морозова Н. С.* Реклама в социально-культурном бизнесе и туризме. 3-е издание, доп. и исправ. – М.: Academia, 2007. – 288с.
6. *Солонкина О. В., Рамендик Д. М.* Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Academia, 2004. – 224 с.
7. *Саак А. Э., Пиеничных Ю. А.* Менеджмент в социально-культурной сфере и туризме: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2007. – 512 с.
8. *Федцов В. Г.* Культура туристско-гостиничного сервиса. – М.: Феникс, 2008. – 503 с.
9. Краткий словарь по педагогике и образованию. – Екатеринбург, 1993. – С.11-12.
10. См., например: *Лихачев Д. С.* Наука без морали погибнет. // Известия. – 25 марта 1989 г.; Гуманизация образования. Теория. Практика. – Вып. 3. – СПб.: СПбГУПМ, 1994. – 28 с.
11. *Ариарский М. А.* Основы общественно-государственной культурной политики, обеспечивающей реализацию нравственно-эстетического потенциала досуга. // Взаимодействие общества и государства как фактор социально-культурного развития: Материалы науч.-практ. конф. / Под ред. В. В. Триодина. Ч.1. – СПб.: СПбГУП, 1993. – С.44-48.
12. *Эванс Дж., Берман Б.* Маркетинг. М.: Экономика, 1990. – 335 с.
13. Экономика и управление культурно-просветительными учреждениями: Сб. науч. трудов. – Л.: ЛГИК, 1986. – 118 с.
14. *Триодин В. Е.* Современная клубная ситуация: состояние, тенденции развития // Взаимодействие общества и государства как фактор социально-культурного развития: Материалы научно-практ. конф. Ч.2. – СПб.: СПбГУП, 1993.
15. *Аванесова Г. А.* Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
16. *Воронин А.* Кризис гуманизма. Рестроспектива фильмов Питера Гримуэя // Солидарность. – 1994. – №5.

