

# SLOBODNO VRIJEME KAO RESURS U POSTINDUSTRIJSKOME DRUŠTVU

Helena Farkaš, mag. soc.

[heleona5@gmail.com](mailto:heleona5@gmail.com)

---

## SAŽETAK

Modus provođenja slobodnoga vremena relevantan je čimbenik u determiniranju kvalitete čovjekove egzistencije. Smatra se da je ono resurs koji ima potencijal da razvije i usavrši temeljne antropološke sastavnice čovjeka. U tom kontekstu govori se o aktivnom provođenju slobodnoga vremena koje uključuje duhovno, misaono i tjelesno nadograđivanje za razliku od pasivnog provođenja slobodnoga vremena koje se najčešće povezuje s raznim oblicima unificirane i konzumerističke zabave, koja ne doprinosi razvoju čovjekove ličnosti, samoostvarenju i emancipaciji. Slobodno je vrijeme i individualni i društveni fenomen, što znači da je oblikovano specifičnim interesima pojedinca, ali i njegovim objektivnim socijalnim kategorijama kao što su rod, razina obrazovanja i socioekonomski status, te društveno-historijskim trenutkom u sklopu kojeg se prakticira. Društveni aspekt slobodnoga vremena sastoji se i u potrebi njegova strukturiranja i organiziranja kroz djelovanje širih društvenih institucija, koje mogu omogućiti da slobodno vrijeme bude uistinu „slobodno“ od tržišnih kriterija i profitne isplativnosti.

**KLJUČNE RIJEČI:** slobodno vrijeme, dokolica, postindustrijsko društvo, postmoderno društvo, slobodno vrijeme kao kapitalistički resurs

## 1. UVOD

U ovom se završnom radu, koji nosi naslov *Slobodno vrijeme kao resurs u postindustrijskome društvu*, problematizira slobodno vrijeme iz sociološke perspektive. Sociološka je analiza slobodnoga vremena u ovome kontekstu razrađena u četiri poglavlja.

U prvom su poglavlju ponuđene određene definicije slobodnoga vremena, napravljena je distinkcija između slobodnoga vremena i njemu srodnih pojmova kao što su dokolica i besposlica te je najzad istaknut heterogeni karakter te mnogostrukost odnosa koje slobodno vrijeme ostvaruje s cjelokupnom društvenom strukturom. U drugom se poglavlju slobodno vrijeme analizira kroz mikropristup Kena Roberta te makropristup Johna Clarka i Chasa Critchera. Treće poglavlje daje osnovni uvid u društvene procese karakteristične za postindustrijsko odnosno postmoderno društvo, koji su u određenoj mjeri utjecali na formu i sadržaj slobodnog vremena u suvremeno doba. U četvrtome su poglavlju prikazani sadržaji slobodnoga vremena karakteristični za kapitalističko društvo u kojemu prevladava «potrošački duh» koji definira određene načine provođenja slobodnoga vremena.

## 2. POJMOVNA KONCEPTUALIZACIJA SLOBODNOGA VREMENA

### 2.1. Uvodne napomene o fenomenu slobodnoga vremena

Slobodno je vrijeme povezano sa svim područjima ljudske egzistencije. U vezi s tim valja istaknuti kako nijedna opća disciplina i njima pripadajuće subdiscipline, ne polaže monopol nad potpunim i sveobuhvatnim objašnjenjem cijeloga jednoga dijapazona kategorija, sadržaja, pojava i procesa koji se mogu podvesti pod fenomen slobodnoga vremena. Sociologinja Marie-Charlotte Bush u proučavanju suštinskih karakteristika slobodnoga vremena ističe: »...heterogeni karakter i mnogostrukost predmeta supsumiranih pod problematiku slobodnog vremena i različitost nivoa socijalne stvarnosti na koje se oni postavljaju« (Bush, 1975., u Todorović, 1984: 27). Drugim riječima, objašnjava Aleksandar Todorović u svojem djelu *Sociologija slobodnog vremena*, interpretacija se slobodnoga vremena oslanja na spoznaje iz opće sociologije, posebnih sociologija (u prvome redu na sociologiju rada i sociologiju kulture), ali i na druge društvene (primjerice ekonomija, psihologija) te humanističke discipline (primjerice filozofija). Autor, koji fenomen slobodnoga vremena proučava ponajprije sa stajališta sociološke perspektive, smatra da je ono totalni društveni fenomen<sup>1</sup>, odnosno da je

<sup>1</sup> Marcel Mauss u svojem eseju *Ogledu o daru* daje definiciju i određuje funkcije totalnih društvenih činjenica. «Totalna društvena činjenica prikazuje se, dakle, trodimenzionalnom. Ona mora omogućiti da stvarna sociološka dimenzija koincidira sa svojim mnogobrojnim sinkronim vidovima; zatim historijska dimenzija ili dijakronična; i konačno fizio-psihološka dimenzija. Uz pojam totalne društvene činjenice veže se dvostruka zadaća...da poveže društveno i individualno s jedne strane, i fizičko (ili fiziološko) i psihičko s druge strane.» (Mauss, 1982. u Supek, 2003: 430).

ono s jedne strane određeno unutarnjim zakonitostima koje ga izdvajaju kao poseban društveni entitet, a s druge strane ističe da slobodno vrijeme stoji u dijalektičkom interaktivnom odnosu s cjelinom društvene nadgradnje (kultura, ideologija itd.) i ostalih dijelova društvenoga totaliteta u najširem smislu riječi. Imajući u vidu »totalni« karakter slobodnoga vremena, Todorović implicitno ustvrđuje da je za razumijevanje toga fenomena nužan interdisciplinarni pristup. Sociolog Ratko Božović u svojem djelu *Iskušenja slobodnog vremena* ističe da »bi suvremenu misao o slobodnom vremenu trebalo shvatiti kao nepotpuno i jednostrano tumačenje samo nekih aspekata ove značajne i neiscrpne problematike.« (Božović, 1979: 17). Autor smatra da su postojeća istraživanja o slobodnom vremenu, na razini društvenih i humanističkih znanosti, podijeljena na socijalno-psihološka (u prvome su redu orijentirana na odnos ličnosti i slobodnoga vremena) i ekonomsko-socijalna (u prvome su redu orijentirana na objektivne uvjete pojedinca koji uvjetuju kvalitetu njegova slobodnog vremena). Tom podjelom napravile su svojevrsan »epistemološki rez«, čime nisu mogle nadvladati time popraćenu interpretativnu fragmentiranost na teorijskoj i praktičnoj razini, zaključuje autor. Georg Ritzer u svojem djelu *Suvremena sociologijska teorija* ističe nužnost koherentnoga i integrativnoga pristupa u proučavanju, razumijevanju i interpretiranju pojedinih društvenih fenomena jer je to jedini način na koji se primjereno mogu objasniti pojave »supraorganske stvarnosti«.

## 2.2. Sociologija slobodnoga vremena

Todorović određuje sociologiju slobodnoga vremena na sljedeći način: »Sociologija slobodnog vremena bavi se proučavanjem relevantnih čimbenika koji uvjetuju promjene između radnog i neradnog vremena, objektivnim uvjetima koji modificiraju odnose između segmenata slobodnog vremena te dokoličarskim aktivnostima koje determiniraju razvoj ličnosti u okvirima slobodnog vremena.« (Todorović, 1984: 36). U suvremeno se doba ova disciplina grana na niz autonomnih (ne i samodostatnih) subdisciplina kao što su sociologija turizma, sociologija sporta, sociologija dobrovoljnih udruženja itd., navodi Bush. Ono što je posebno kod sociologije slobodnoga vremena, napominje Todorović, jest njezin izrazito empirički karakter. Autor naznačuje da tendencije razvoja ove discipline trebaju ići u smjeru stvaranja teorijskoga korpusa koji će ta empirija takoreći »misaono institucionalizirati«.

## 2.3. Slobodno vrijeme i rad

Ono što je nezaobilazno u proučavanju slobodnoga vremena jest njegov odnos s radom. Ta su dva pojma, prema mnogim autorima, u odnosu interferencije. Tako Tena Martinić u svojem djelu *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo* govori o dvama shvaćanjima odnosa rada i slobodnoga vremena, dvjema hipotezama: pesimističkoj

i optimističkoj. Pesimistička hipoteza kaže da radna uloga u konačnici oblikuje čovjekovo slobodno vrijeme. U tome smislu osoba koja provede prosječno osam sati kao pasivni i zavisni izvršilac specijaliziranih radnih zadataka neće se u svojem slobodnom vremenu upustiti u stvaralačke aktivnosti koje razvijaju ličnost, nego će se prepustiti onim oblicima ponašanja koja ne zahtijevaju nikakav aktivan stav. Oni postaju, kako ih Martinić naziva, potrošačima rasonode. »Pasivni televizijski gledalac koji s polovičnom pažnjom prati neku jeftinu seriju ili reklame paradigmatički je primjer ponašanja modernog čovjeka u slobodnom vremenu. Čovjek kao pasivni objekt u racionaliziranom radnom procesu ostaje pasivnim objektom i u racionaliziranoj potrošnji i rasonodi.« (Martinić, 1977: X). Optimistička hipoteza naglašava produktivni i razvojni potencijal slobodnoga vremena. U tome se smislu naglašava kako pojedinac u uvjetima suvremenoga društva teži ispuniti svoje slobodno vrijeme kreativnim djelovanjem, a koje onda povratno utječe na radnu ulogu. Taj se utjecaj očituje u tendencijama koje teže k restrukturiranju radnih uloga i uklanjanju specijaliziranih, rutinskih i monotonih zadataka, smatra Martinić.

#### **2.4. Definicije i funkcije slobodnoga vremena, dokolice i besposlice**

Božović objašnjava da postoji gotovo neshvatljiva nesuglasnost pri pojmovno-me određenju slobodnoga vremena i njemu srodnih pojmova kao što su dokolica, besposlica i oslobođeno vrijeme. Jednu je od najprihvatljivijih definicija slobodnoga vremena, smatra Božović, osmislio francuski sociolog Joffre Dumazedier. Ovaj autor smatra da slobodno vrijeme obuhvaća niz aktivnosti u kojima pojedinac prema vlastitom nahođenju može raditi što želi: odmarati se, zabavljati se, obrazovati se, ostvariti svoje stvaralačke potencijale, pod uvjetom da je oslobođen vlastitih profesionalnih, obiteljskih i društvenih obveza. Iako je definicija sveobuhvatna, Todorović je kritizira tvrdeći da se ne mogu povući oštre granice između različitih aktivnosti koje pojedinac prakticira isključivo na temelju kriterija obaveznosti koji za njega ima univerzalno značenje. Drugim riječima, nije prihvatljivo određene aktivnosti koje prožimaju život pojedinca klasificirati kao »dokoličarske« ili »nedokoličarske« isključivo temeljem njihova sadržaja. S jedne bi strane to značilo negiranje biti slobodnoga vremena kao totalnoga fenomena, a s druge značilo bi i negiranje individualnosti subjekta. Naime, važnost slobodnoga vremena za pojedinca (u smislu određene aktivnosti) svoju važnost zadržava tek u interakciji s njim te stoga konačni rezultat nije apsolutno predvidljiv. Tako je očito i zdravorazumski prihvatljiva mogućnost da pojedinac vlastiti društveno-politički angažman izabire dobrovoljno i da mu ne predstavlja obvezu, nego sredstvo kojim razvija svoju bit. Dumazedier pak društveno-politički angažman ne svrstava u područje dokoličarskih aktivnosti kojima pojedinac može zadovoljiti i razvijati svoju ličnost. Nadalje, autor identificira tri osnovne funkcije dokolice: odmor, zabava i razvoj ličnosti. Odmaranjem se, smatra Dumazedier, otklanja umor izazvan proizvodnim radom. Tu

funkciju dokolice ističe jedan od najpoznatijih predstavnika frankfurtske škole Herbert Marcuse ističući da dokolica obuhvaća oblike opuštanja koji ublažuju iscrpljujuće, za-  
glupljujuće i neljudsko robovanje (»industrijski« rad u ovome slučaju). Sociološki klasik Karl Marx smatra da se ta funkcija očituje u reprodukciji radne snage. Vrijeme izvan rada ona koristi za »animalne« funkcije i za pribavljanje snage kako bi sljedećega dana mogla nastaviti s ispunjavanjem svojih radnih uloga. Razonoda i zabava služe, smatra Dumazedier, kao sredstvo kojim pojedinac prekida s monotonijom, dosadom i jedno-  
likošću svakodnevnog života koji se odvija prema predvidljivoj rutini. Autor dijeli pojam razonode na dvije kategorije: razonoda kojom pojedinac oblikuje određeni životni stil, a koja obuhvaća realne i praktične aktivnosti kao što su putovanja, igre, sport itd. te razonoda koja nastaje fiktivnim aktivnostima u dodiru s umjetničkim sadržajima kroz svojevrsnu identifikaciju s »idealnim« (čitanje, odlazak u kazalište, na koncert itd.). Razvika ličnosti, kao treća funkcija dokolice, uvjet je spontana rasta te afirmacije čovjekovih stvaralačkih snaga i svijesti, navodi Dumazedier.

Slobodno je vrijeme višeznačna kategorija, navodi Božović. Imajući u vidu tu činjenicu, suvremena istraživanja na temu slobodnog vremena pokušavaju precizirati i konkretizirati fenomen slobodnog vremena, u prvome redu pojmovnom specifikacijom. Tako Milan Polić u svojem radu *Odgoj i dokolica* »jasno i razgovijetno« razgraničuje pojmove slobodno vrijeme, dokolica i besposlica. Slobodno je vrijeme dio čovjekova vremena koje mu ostaje nakon što je ispunio svoje radne obveze, odnosno kad je pojedinac oslobođen radne prinude, navodi Polić. Model je slobodnog vremena u tom kontekstu formuliran prema kvantitativnome kriteriju.

Kvalitativno određenje zahtijeva od istraživača uvođenje »novih« pojmova: dokolica i besposlica. Milan i Rajka Polić u svojem radu *Vrijeme, slobodno od čega i za što?* sumiraju odnos između spomenutih pojmova na sljedeći način: »Kao vrijeme slobode od rada, slobodno je vrijeme besposlica, a tek kao vrijeme slobode za samodjelatnost, za samoostvarenje, slobodno je vrijeme dokolica« (2009: 260). Drugim riječima, slobodno je vrijeme viši rodni pojam koji se potencijalno može ostvariti kao besposlica ili neosmišljeno slobodno vrijeme koje se često manifestira kao dosada ili kao dokolica koja predstavlja osmišljeno slobodno vrijeme u kojem pojedinac može prionuti u stvaralačke aktivnosti ili »igranje«. U kontekstu određenja dokolice kao »vremena slobodnog za« (Polić), Sabina Vidulić-Orbanić u svojem radu *Fenomen slobodnog društva u postmodernom društvu* određuje takvu manifestaciju slobodnog vremena kao: »... pozitivan i optimalan aspekt korištenja slobodnog vremena u vidu učenja, usavršavanja, razvijanja osobnosti i stvaralačkog doprinosa...U njemu se stvaraju uvjeti za razvoj dispozicija, sklonosti, vještina, otkriva se nadarenost i talent za određeno područje i pogoduje razvoju svih ljudskih kvaliteta.« (2008: 24). Istaknuti sociolog Rudi Suppek koncipira dokolicu kao područje u kojem se može razviti »samosvijest građanina« koja bi mu s jedne strane omogućila ozbiljenje vlastite kreativnosti, inovacije i stvaralaštva, a s druge razvijanje kritičke svijesti koja bi mu otvorila mogućnost odmaka

od tržišnoga diktata. Supek u vezi s dokolicom formulira koncept »praznog prostora« koji predstavlja: »neopterećen trenutak, autonoman i neuvjetovan u kojem je osobna sloboda izbora doista slobodna i oslobođena od nametnutih utjecaja i raznih diktata.« (Supek, 1996., u Artić, 2009: 291). Autor tako projicira prakticiranje »zrele dokolice« kao sredstva za kritičko preispitivanje objektivne stvarnosti i otkrivanja njezinih latentnih funkcija odnosno disfunkcija koje najčešće proizlaze iz parcijalnih interesa tržišnih aktera. Sumirano, besposlica kao kvalitativno ostvarenje slobodnoga vremena ostaje tek na razini besmislenoga nerada, »ubijanja vremena« te često potrošačke izmanipuliranosti. Ona nije vrijeme u kojem postoji potencijal za slobodu, nego vrijeme neslobode, odnosno »neslobodno vrijeme« kako, zaključuje Polić. Dokolica je s druge strane, vrijeme u kojem pojedinac može ostvariti neke vlastite temeljne antropološke potrebe, odnosno »sadržajno, kreativno i stvaralačko vrijeme u kojem vještine ljudske i znanja nisu poradi korisnosti...ni poradi životnih potrepaština.« (Aristotel, 1988. U Artić, 2009: 286).

Aristotelovo poimanje dokolice valja promatrati u kontekstu njegove teorije vrлина kao jedne od općeprihvaćenih etičkih teorija u cjelokupnom teorijskom korpusu filozofije morala. Aristotel smatra da je najveće dobro u blaženstvu, sreći kojoj čovjek teži po svojoj prirodi. Ta se težnja ostvaruje kao *eudaimonia*, stanje istinskoga blaženstva koje predstavlja procvat i napredak ljudskoga bića te ga valja razlikovati od razonode i zabave koje imaju funkciju regeneriranja osobe nakon napornoga rada. Radi se o duhovnom stanju koje pojedinac postiže njegovanjem vlastitih vrлина<sup>2</sup>. Upravo je dokolica područje koje pruža uvjete za način života koji pospješuje »njegovanje vrлина« i napredak ljudskog bića koje će ga približiti »božanskome«, a koji se sastoji u kontemplaciji, umovanju i neutilitarnom postojanju. Ono što Aristotel naglašava, a što ne izostaje u većini suvremenih radova o dokolici jest da za nju treba biti odgojen. U vezi s tim postaje očita društvena uvjetovanost dokolice.

Zaključno o odnosu slobodnog vremena, dokolice i besposlice valja istaknuti da za dokolicu valja biti potaknut i poduprt od društvene okoline jer u protivnome se slobodno vrijeme pretvara u besposlicu, odnosno dosadu koja prije ili kasnije postaje destruktivna kako za samoga pojedinca, tako i za njegovu okolinu, zaključuje Polić. Odgoj u tome kontekstu valja biti oslobođen od bilo kojih instrumentalnih ciljeva i manipulacija jer je to istinski preduvjet »slobode«.

<sup>2</sup> Aristotelova je polazna teza, u kontekstu njegove etičke teorije, da će čovjek biti sretan ako razvije svoju posebnu umnu prirodu u praktičnoj djelatnosti i spoznaji. Vrline dijeli na etičke i dijanoetičke. Etičke vrline su vrline volje, a postižu se ako um usmjeri i odgoji volju da bira prema načelu »zlatne sredine« čime izbjegava ne-umne krajnosti. Dijanoetičke vrline su znanje, umovanje i razboritost te za Aristotela predstavljaju dio najvišega blaženstva koje obuzima mudraca kada se teorijskom spoznajom približi prvim izvorima i uzrocima svega te sudjeluje u božanskome mišljenju (Kalin, 1998.).

### 3. SOCIOLOŠKE TEORIJE O SLOBODNOME VREMENU

#### 3.1. Ken Roberts: pluralistička perspektiva o dokolici

Najpoznatiji je predstavnik pluralističke perspektive o dokolici Ken Roberts. On određuje dokolicu kao vrijeme provođenja onih aktivnosti koje pojedinac relativno samostalno odabire. Ključan je trenutak u toj definiciji pojedinčev individualni odabir. One aktivnosti koje se pojedincu nameću kao obvezne ne mogu se svrstati u dokolicu, smatra Roberts. To je osobito vidljivo u modernim pluralističkim društvima u kojima postoji »bezbroy« mogućnosti provođenja slobodnoga vremena. Ovaj se autor suprotstavlja teorijama koje tvrde da je način provođenja slobodnoga vremena uvjetovan i manipuliran javnim interesima. On smatra da iako država i komercijalna poduzeća mogu nuditi određene moduse provođenja slobodnoga vremena, pojedinci samostalno odabiru kako će ga koristiti. Šire strukture u krajnjoj instanci moraju ugoditi ukusu javnosti. Kao primjer Roberts navodi kako sve manja potražnja za dvoranama za kuglanje u Velikoj Britaniji rezultira njihovim zatvaranjem. Roberts nadalje u prilog svoj tezi o slobodi izbora u provođenju slobodnih aktivnosti navodi da pojedinci stvaraju neformalna udruženja u kojima prakticiraju željene aktivnosti ako im ponuda nije zadovoljavajuća, primjerice ulični nogomet. Robertsov se doprinos sociologiji slobodnoga vremena očituje u njegovu naglašavanju utjecaja socijalnih faktora na pojedinčev »slobodan« izbor provođenja dokoličarskih aktivnosti. On smatra da ljudi odabiru one aktivnosti koje se uklapaju u njihov osobni svjetonazor i životni stil. Ono o čemu ovisi odabir tih aktivnosti jest dob, spol, klasna pripadnost, bračni status te izobrazba, smatra Roberts. Temeljem empirijskih istraživanja ovaj autor donosi neke opće iskaze o povezanosti dokoličarskih aktivnosti i netom spomenutih nezavisnih varijabli. Smatra da žene imaju manje slobodnoga vremena od muškaraca, da više obrazovani pojedinci provode manje vremena gledajući televiziju, a više družeći se s prijateljima te da bračni parovi koje karakteriziraju udružene supružničke uloge<sup>3</sup> svoju dokolicu u većoj mjeri prakticiraju u domu naspram onih sa segregiranim supružničkim ulogama koji više vremena provode izvan doma. Generalizacije se odnose na Veliku Britaniju. Roberts se svojim stajalištima udaljuje od pojednostavljivanja koja neki autori navode, a mogu se sažeti u tvrdnji da postoji jednostrana uvjetovanost radnoga iskustva na oblik provođenja aktivnosti slobodnoga vremena. Roberts ističe raznolikost faktora koji utječu na provođenje dokolice te je poima kao područje života u kojoj pojedinac uživa veliku slobodu, uz naglasak da ostaje na tlu sociologije ne upuštajući se u takoreći individualistički redukcionizam.

<sup>3</sup> Združene i odvojene supružničke uloge odnose se na stupanj u kojemu bračni partneri dijele kućanske poslove i aktivnosti u slobodno vrijeme (Halaramobos i Holborn, 2002.).

### 3.2. Neomarksistički pristup slobodnome vremenu

John Clarke i Chas Critcher u koautorstvu razvijaju neomarksistički pristup dokolici. Ovi autori kritiziraju Robertsa smatrajući da je precijenio stupanj slobode koji pojedinci imaju u izboru provođenja svojih slobodnih aktivnosti. Oni naglašavaju da je dokolica u uvjetima kapitalističkoga društva postala područje u kojem se odvija društveni sukob različitih društvenih skupina, osobito pripadnika pojedinih klasa. Autori naglašavaju da je krajem 19. stoljeća došlo do dva ključna trenutka za dokolicu; do skraćivanja radnog vremena zbog tehnološkoga napretka i do porasta životnoga standarda. Unatoč potencijalnim mogućnostima koje takvi društveni uvjeti otvaraju za »potlačenu« klasu u smislu oblikovanja dokolice prema vlastitim željama i interesima, »dominantna« je klasa u povoljnijem položaju da svoje dokoličarske aktivnosti uskladi sa svojim preferencijama. Iako mnogi autori tvrde da upravo organizacija slobodnoga vremena i dokolice neupitno pripada individualnom području ljudskoga života, Clarke i Critcher navode da su država i kapitalistička poduzeća dva ključna faktora u određivanju mogućnosti provođenja slobodnoga vremena, odnosno dokolice. Bez obzira što teorijski ovo poimanje odgovara mogućem stanju stvari, Clarke i Critcher smatraju da su te potencijalne mogućnosti determinirane širim strukturalnim čimbenicima čije djelovanje na raspoloživost provođenja slobodnih aktivnosti zdravorazumski gledano ostaje latentno.

Državni je utjecaj u »licenciranju« dokolice dvojak, smatraju Clarke i Critcher. S jedne se strane očituje u njezinoj moći da regulira korištenje javnih prostora, a s druge u njezinoj zakonodavnoj ulozi prema kojoj određuje uvjete pod kojim se određena roba, odnosno usluge mogu potrošiti. Autori uočavaju da svi slojevi društva nemaju jednak pristup privatnim prostorima što objašnjava pojavu da dio populacije koji je u lošijem financijskom položaju koristi javne prostore kao što su ulice za provođenje dokolice. U tom se smislu suprotstavljaju Robertsovoj tezi da je »ulični« nogomet rezultat slobodnoga izbora onih koji ga prakticiraju, osobito djece. Cilj se države, prema Clarkeu i Critcheru, sastoji u sprječavanju neprikladnih načina provođenja slobodnoga vremena. Čelnici države polaze od pretpostavke, navode autori, da suvišak slobodnog vremena može postati prijetnja stabilnosti u društvu. Koristeći Marxove pojmove to je vrijeme potencijal u kojemu potlačeni mogu razviti klasnu svijest, transformirati se iz klase po sebi u klasu za sebe i zajednički se angažirati u političkim aktivnostima koje bi mogle dovesti u pitanje legitimitet vlasti i to ne samo u teorijskom nego i u praktičnom smislu. Tako država, imajući u vidu tu opasnost, smatraju Clarke i Critcher, predstavlja politiku kojoj je cilj privoliti podređene društvene skupine da se uključe u »racionalne oblike rekreacije« kako bi osigurali da se slobodno vrijeme provodi na ono što »oni« smatraju društveno poželjnim načinom. Povodom toga država subvencionira određene sportske aktivnosti te birano izdaje dozvole za poslovanje određenih objekata s kojima su povezane dokoličarske aktivnosti. U Velikoj se Britaniji to odnosi na sportske aktivnosti kao što su plivanje, veslanje, tenis i atletika, objašnjavaju autori.



Drugi čimbenik u oblikovanju dokolice čine kapitalistička poduzeća. Clarke i Critcher ističu da je najvažniji aspekt dokolice u kapitalističkome društvu njezina komercijalizacija. Ona je postala, smatraju autori, veliki biznis i izvor dobitka za »dominantnu« klasu. Komercijalna poduzeća u kapitalistički uređenim društvima imaju monopol nad ponudom i organizacijom modusa provođenja dokoličarskih aktivnosti, smatraju autori. Upravo je to područje u kojem su svoj izraz našle »'potrošačke' vrijednosti«, a koje u uvjetima suvremenoga društva u velikom postotku čine izvor socijalnoga identiteta pojedinaca koji nisu u mogućnosti pružiti »unutarnji otpor«. Komercijalna poduzeća kroz oglašavačku industriju manipuliraju ukusima i potrebama potrošača s krajnjim ciljem maksimiziranja dobitka, navode autori.

Haralambos i Holborn smatraju da pluralistička i neomarksistička perspektiva o slobodnome vremenu, odnosno dokolici pruža sasvim drugačiju interpretaciju tih društvenih fenomena. Osnovna se kritika tih gledišta, naznačuju autori, sastoji u tvrdnji da obje teorije generaliziraju i prilagođuju empirijske podatke u skladu s apriorno izgrađenim teorijskim modelima, a premalo pažnje pridaju onim podacima koji ne korrespondiraju s njihovim misaonim konstruktima.

#### 4. DRUŠTVENA STRUKTURA I SLOBODNO VRIJEME<sup>4</sup>

##### 4.1. Društveni procesi i strukture postindustrijskoga/postmodernoga društva i njihov utjecaj na slobodno vrijeme

Sedamdesete godine dvadesetoga stoljeća predstavljaju početak razdoblja u kojem dolazi do restrukturacije cjelokupne društvene stvarnosti, navodi Ivana Spasić u svojem djelu *Sociologije svakodnevnog života*. Iako se ne može govoriti o uniformnom odnosu između određenih društvenih procesa i konkretnih društvenih entiteta, moguće je na formalnom stupnju identificirati neke »zajedničke« novonastale obrasce na razini društvenih vrijednosti i društvene strukture. Ovisno o kriteriju, odnosno procesu kojeg pojedini autor smatra dominantnim u sklopu određenog društva, »novo« se društvo naziva: »društvom znanja, informacijskim društvom, društvom rizika, svjetskim društvom itd.« (Peračković, 2006: 90). Temeljem supsumpcije pojedinih društvenih procesa u društvene sfere, o novonastalom se društvu može govoriti kao o postindustrijskome društvu, u sklopu kojeg se opisuju tehnoekonomski obrasci društva (struktura privrednih djelatnosti i zanimanja) to o postmodernome društvu, koje se temelji na proučavanju sociokulturnoga područja (društvenih vrijednosti).

<sup>4</sup> Pojedine su društvene sfere (kultura, politika i ekonomija) promatrane u svojem odnosu sa slobodnim vremenom izolirano, isključivo iz analitičkih razloga. Suvremena situacija pokazuje tendencije u sklopu kojih se kroz međusobni odnos pojedinih sfera razvijaju »nove« strukture i industrije, a čiji se učinak nužno promatra kroz koncept sinergijskoga djelovanja. Primjer su kreativne industrije, kulturna industrija, ekonomija iskustva itd. Za detaljniji prikaz vidi Švob-Đokić i sur. (2008). *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. Interaktivno će djelovanje ekonomije i kulture sa slobodnim vremenom biti objašnjeno u nastavku poglavlja.

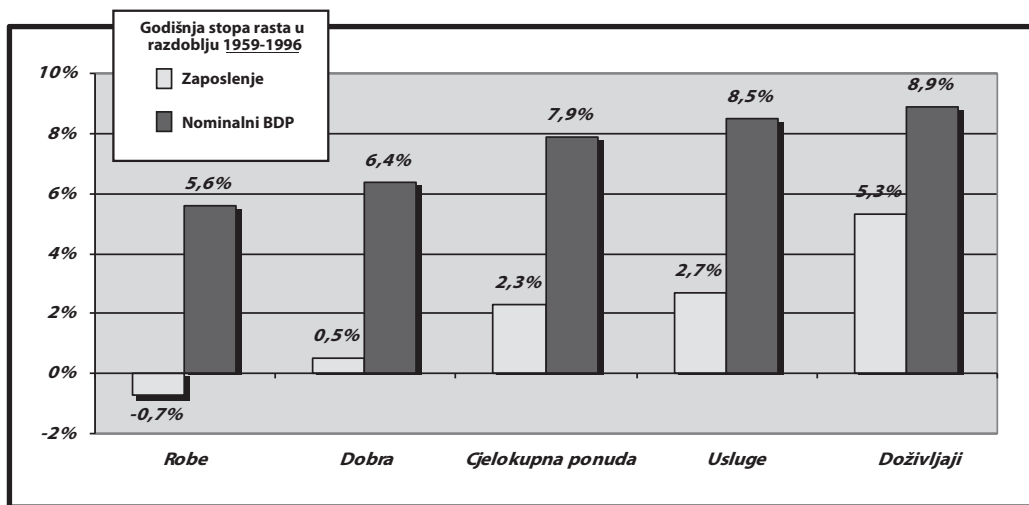
Kalanj (1999.) opisuje postmodernu kulturu, odnosno mišljenje kao njezin integralan dio na sljedeći način: »Postmoderno je mišljenje, u dijakronijskom i sinkronijskom smislu, najprimjerenije definirati kao šaroliki pokret i nekoherentan sklop ideja koje dekonstruiraju, relativiziraju, i raščaravaju temeljna načela kulturne formacije modernosti, prosvjetiteljski projekt, napredak, znanstvenu izvjesnost, industrijalizam, vjeru u racionalnost autonomnog subjekta, totalitet istine itd.« (Milardović i sur., 2002: 143). Spasić kao jednu od glavnih obilježja postmodernoga društva navodi važnost »životnog stila« zbog kojeg se izgrađuje osobni identitet, a koji pojedinac slobodno izabire. Abercrombie i sur. analizirajući proces izgradnje identiteta u postmodernome društvu ističu njegovo fragmentiranje, odnosno mogućnost njegova mijenjanja tijekom cijeloga života pojedinca. To je eklatantna i konkretna manifestacija načela fluidnosti, neizvjesnosti i izražene individualizacije za koje Spasić smatra da su tipični za »novu« kulturu. Dokolica postaje sve više područje u kojoj se oblikuje taj identitet. »Značenje vlastitog ja traži se sve manje u profesiji i radu a sve više u dokolici i potrošačkim navikama« (Spasić, 2004: 16).

U postindustrijskome društvu materijalnu proizvodnju dobara zamjenjuje »simbolička proizvodnja informacija, značenja, kodova i slika.« (Spasić, 2004: 16). Jeremy Rifkin svojem djelu *Doba pristupa* ističe da je u »novoj eri« došlo do svojevrstne »dematerijalizacije« u sklopu koje se fizički kapital marginalizira kao resurs ustupajući mjesto intelektualnom kapitalu koji obuhvaća informacije, znanje i iskustvo kojemu pojedinac ima ili nema »pristup«. Rifkin naglašava kako je u »novoj eri« kultura postala najvažniji ekonomski resurs te u vezi s tim o njoj govori kao o kulturnom kapitalizmu u kojem dolazi do komercijalizacije kulturne sfere i komodificiranja međuljudskih odnosa. Komodifikacija se odnosi na: »proces pretvaranja nekog materijalnog predmeta ili osobnog umijeća u robu na tržištu.« (Peračković, 2008: 986). Ona je konkretizacija procesa marketizacije (postindustrijskoga) društva u kojemu nematerijalni resursi kao što su doživljaj, ugođaj, događaj i iskustvo postaju tržišna roba, objašnjava sociolog Krešimir Peračković u svojem članku *Društvo i (ili) tržište –sociološka konceptualizacija procesa marketizacije društva*. U tome se kontekstu otvara mogućnost razvoja određene privredne djelatnosti koja se naziva ekonomija iskustva. Švob-Đokić i sur. u djelu *Kultura zaborava* određuju ekonomiju iskustva kao djelatnost koja kao temeljni resurs za proizvodnju koristi doživljaj i koja se veže uz proizvodnju kulturnih/kreativnih industrija<sup>5</sup>, pružanje usluga i turizam. B. Joseph Pine II i James Gilmore u koautorstvu su

<sup>5</sup> Naziv kulturna industrija nastaje 1947. godine, kada su ga mislioci frankfurtske škole, Adorno i Horkheimer, upotrijebili kako bi označili masovnu kulturnu proizvodnju i standardizaciju kulturnih proizvoda. Kreativne su industrije šireg obuhvata od pojma kulturna industrija, no konvergiraju s pojmom kulturnih industrija u smislu procesa proizvodnje simboličkih vrijednosti. Prema DCMS-u (Department for Culture Media and Sport), kulturne su industrije aktivnosti koje izvire iz individualne kreativnosti, vještina i talenta i koje imaju potencijal da stvore bogatstvo i nova radna mjesta stvaranjem te korištenjem intelektualnog vlasništva. One uključuju sljedeće sektore: oglašavanje, arhitektura, tržište umjetnina i antikviteta, zanati, dizajn, moda, film, interaktivni zabavni softver, glazbu, izvedbene umjetnosti, izdavaštvo, proizvodnju softvera, televiziju i radio (Švob-Đokić i sur., 2008.).

napisali djelo *Ekonomija iskustva* u kojem tvrde da zaposlenje u industriji iskustva raste dva puta brže u odnosu na rast ukupnoga uslužnog sektora. U vezi s tim autori ističu potencijalne mogućnosti takve industrije na makrorazini, u smislu otvaranja novih radnih mjesta kao izvora za povećanje bruto nacionalnoga dohotka pojedine države. Svoja opažanja temelje na empirijskim podacima o SAD-u, prikazanim na grafičkom prikazu 1 sljedeće stranice ovoga rada, a koji se odnose na razdoblje od 1959. do 1996. godine.

**Grafički prikaz 1.** Rast zaposlenosti i nominalnoga BDP-a prema ekonomskoj ponudi



**Izvor:** Pine, B.J. II i Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, str. 14.

Gilles Lipovetsky u svojem djelu *Paradoksalna sreća* ističe: »Prešli smo na industriju iskustva koja se konkretizira u preobilju simulacija, hiperspektakularnih majstorija, osjetilnih stimulacija koje u pojedinaca moraju izazvati manje ili više neobične senzacije, navesti ih da dožive emocionalne trenutke pod kontrolom u hiperrealističkom, stereotipnom i klimatiziranom okruženju« (2008: 39). Autor smatra da se »novo« društvo, između ostalog, temelji i na ideji »emocionalne potrošnje« gdje je naglasak na afektivnom, imaginarnom i osjetilnom iskustvu koji od potrošnje stvara zabavu i spektakl. U tom kontekstu komercijalizacija slobodnoga vremena u najrazličitijim vidovima, od razvika industrije zabave, šoping centara, globalnog turizma itd., doživljava svoj vrhunac.

Sljedeći karakterističan proces u postindustrijskom društvu jest terciarizacija, odnosno: »proces koji označava prevladavanje uslužnih zanimanja u socio-profesionalnoj strukturi nekog društva kao i porast udjela uslužnih djelatnosti u doprinosu bruto

domaćem proizvodu.« (Peračković, 2006: 58). Castells temeljem empirijskih podataka zaključuje da se veći dio zaposlenosti u naprednim gospodarstvima nalazi u uslugama te da na uslužni sektor otpada najveći doprinos ukupnome nacionalnom proizvodu. U kontekstu je rasprave o slobodnome vremenu ta tendencija izražena u sve većoj zaposlenosti u zanimanjima koja su povezana sa zabavom, a koja Castells ubraja u kategoriju osobnih usluga.<sup>6</sup> Castells kao bitnu odrednicu postindustrijskoga društva, ili kako ga on naziva »informatiziranim kapitalizmom«, ističe razvoj novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija pri čemu dolazi do bitnih promjena u obrascima zaposlenja i zanimanja. Temeljna se promjena koja je bitna za analizu slobodnoga vremena u postindustrijskome društvu sastoji u smanjenju radnoga tjedna kojim: »nastaje višak slobodnog vremena što pogoduje rastu industrije slobodnog vremena koja stvara sasvim nova, dosad nezamisliva uslužna zanimanja u turizmu, zabavnim događajima, filmskoj industriji i sl.« (Peračković, 2006: 112). U tablici 1 prikazani su egzaktni podaci o smanjenju radnih sati u najrazvijenijim svjetskim državama.

**Tablica 1.** Godišnji broj radnih sati po osobi u razdoblju 1870. – 1979.

GODINA DRŽAVA	1870.	1880.	1890.	1900.	1913.	1929.	1938.	1950.	1960.	1970.	1979.
	<b>Kanada</b>	2,964	2,871	2,789	2,707	2,605	2,399	2,240	1,967	1,877	1,805
<b>Francuska</b>	2,945	2,852	2,770	2,688	2,588	2,297	1,848	1,989	1,983	1,888	1,727
<b>Njemačka</b>	2,941	2,848	2,765	2,684	2,584	2,284	2,316	2,316	2,083	2,907	1,719
<b>Italija</b>	2,886	2,795	2,714	2,634	2,534	2,228	1,927	1,997	2,059	2,768	1,556
<b>Japan</b>	2,945	2,852	2,770	2,688	2,588	2,364	2,391	2,272	2,432	2,252	2,129
<b>VB</b>	2,984	2,890	2,807	2,725	2,624	2,286	2,267	1,958	1,913	1,735	1,617
<b>SAD</b>	2,964	2,871	2,789	2,707	2,605	2,342	2,062	1,867	1,794	1,707	1,607

**Izvor:** Castells, M. (2000). *Uspón umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing, str. 464.

Kvantitativne podatke valja interpretirati u skladu s kvalitativnim opaskama određenih autora pri čemu izlazi na vidjelo paradoks prema kojemu vremensko skraćivanje radnoga tjedna ne znači nužno da se manje radi. Peka Himanen u svojem djelu *Hakerska etika i duh informacijskog doba* iznosi tezu da se u proteklim desetljećima »stvarno« radno vrijeme nije skratilo, nego se produljilo. Iako ne poriče činjenicu da u

<sup>6</sup> Za egzaktnu statističku podatke o zaposlenosti u pojedinim sektorima od 1920. do 1991. u najrazvijenijim svjetskim državama vidi: Castells, M. (2000). *Uspón umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing, str. 311 – 324.

suvremeno doba trajanje radnoga dana jest kraće u odnosu na industrijsko doba, Himanen smatra da je radno vrijeme optimizirano na način da pred radnika postavlja još veće zahtjeve nego prije. U vezi s tim autor naglašava da se struktura radnoga, a time i slobodnoga vremena ne može objašnjavati isključivo kvantitativnim kriterijem trajanja rada. Castells ističe da se uz dugoročni trend smanjenja radnoga vremena javljaju različite kombinacije povećanja rada kroz djelomično radno vrijeme i netipični radni raspored. Proces komercijalizacije dokolice, koja u načelu izmiče tom procesu, za razliku od besposlice, svoje ozbiljenje dobiva upravo u kontekstu duljine radnog vremena. Polić navodi da bogate tvrtke, koje svoj dobitak ostvaruju temeljem prodaje intelektualnoga vlasništva, inovativnost, a time i konkurentnost na tržištu ostvaruju, između ostaloga, osiguravanjem djelatnih uvjeta za zaposlenike koji pogoduju razvijanju mašte i stvaralačkoj djelatnosti. Riječ je o tome da su djelatnicima u sklopu radnoga mjesta dostupni najrazličitiji sadržaji: od hrane, pića, masaže, rekreacije, držanja kućnih ljubimaca itd., a sve u svrhu stvaranja ugodna ambijenta koji potiče stvaralaštvo. Autor sumira svoje tvrdnje zaključkom Zrinke Pavlič (2008., u Polić i Polić, 2009) koja ističe da su te povlastice zapravo trik tvrtki kojim se zaposlenika želi što dulje zadržati na radnome mjestu na što oni/one dobrovoljno pristaju.

#### 4.2. Kultura i slobodno vrijeme

Chris Rojek u svojem djelu *Decentriranje dokolice* polazi od teze da je za primjereno razumijevanje dokolice nužno njezino decentriranje. Drugim riječima autor navodi da dokolicu valja proučavati u kontekstu konkretne društveno-historijske situacije s kojom stoji u interakcijskoj vezi. Rojek je svoj intelektualni rad osobito posvetio interpretaciji dokolice kroz prizmu kulture te je u vezi s tim identificirao osnovne razlike »moderne« i »postmoderne« dokolice. Prva se razlika izvodi temeljem odnosa rada i dokolice. Modernističko shvaćanje prikazuje dokolicu kao područje koje je segmentirano od rada, dok postmodernistička shvaćanja napuštaju shvaćanje o nužnom kontrastu područja rada i dokolice te ističu njihov potencijalni »simbiotski« karakter. Sljedeće se distinktivno obilježje sastoji u poimanju iskustva. Za moderna je društva karakteristična oštra razlika između autentičnoga i neautentičnoga iskustva pri čemu se prvo smatra »vrijednim«, dok s druge strane u postmodernoj kulturi neautentično iskustvo koje se manifestira kao »virtualna realnost« dobiva »punovrijedno«, ako ne i veće značenje od »nevirtualnog«. »Virtualna realnost, modeli i prezentacije stvari, simulacija i hiperrealnost prihvaćaju se kao punovrijedni oblici dokolice.« (Rojek, 1995. u Haralambos i Holborn, 2002: 766). Manuel Castells u svojem djelu *Uspon umreženog društva* »novu« kulturu nastalu pod utjecajem »novih« informatičko-komunikacijskih tehnologija naziva »kulturom stvarne virtualnosti« te u jednom od njezinih vidova, računalno posredovanoj komunikaciji, vidi ozbiljenje »nove« komunikacijske kulture. Sljedeća se razlika sastoji u organizaciji dokolice. Moderna je dokolica najčešće organizirana, pomno isplanirana

te daje pojedincu osjećaj svrhe i smisla dok postmoderna dokolica sadrži u sebi »larpurlartistički« trenutak. U modernoj se dokolici određeni oblici aktivnosti vežu uz varijable kao što su dob, spol, klasna pripadnost itd., dok se iste te determinante u postmodernom kontekstu odbacuju. Dokolica ne odražava više ono što pojedinac doista jest, nego mu omogućuje da određenim modusom provođenja slobodnoga vremena izgradi poseban osjećaj identiteta i životni stil te odabere što želi biti u kontekstu društva. U vezi s tim Martinić navodi da se često životni stil i osobni identitet pojedinca izgrađuju kroz potrošačku aktivnost koja mu pruža iluziju društvene pokretljivosti u uvjetima u kojima ona objektivno ne postoji. Tako područje potrošnje i može postati supstitut za stvarno društveno napredovanje pojedinca koje za njega ima snagu činjenice. Time se zapravo govori o latentnim funkcijama<sup>7</sup> potrošnje. Rojek konačno ističe i da je dokolica u modernom kontekstu organizirana hijerarhijskim odnosom stručnjaka i potrošača dok u posmodernom kontekstu pojedinci preuzimaju dvostruku ulogu: organizatora i sudionika u najrazličitijim vidovima slobodnoga vremena.

Martinić razlikuje dva tipa ponašanja u dokolici: produktivno odnosno aktivno i neproduktivno, pasivno, odnosno potrošačko. Pod ove se dvije idealtipske kategorije<sup>8</sup> mogu podvesti različite aktivnosti koje se prakticiraju u slobodnom vremenu, a razlika je među njima određena pojedinčevim odnosom naspram svijeta. Produktivna se dokolica očituje kao afirmacija djelatnoga ponašanja u čijem sklopu pojedinac utemeljuje svoj kritički odnos prema stvarnosti, navodi Martinić, dok je neproduktivna dokolica ona u kojoj dominira površni odnos prema aktualnome društvenom kontekstu. Neproduktivna dokolica ima izrazito »zabavljački« karakter, a usmjerena je oslobađanju pojedinca od dosade, brige i odgovornosti te je konstruirana prema hedonističkim vrijednostima. Martinić opisuje aktivnu, odnosno pasivnu dokolicu na sljedeći način: »Dok se forsiranjem zabavnosti, bijegom i kompenzacijom pojedinac otuđuje od zajednice, sve se više utapa u vlastitu osamljenost i nesavladivu dosadu i tjeskobu, dotle produktivnim odnosom prema okolini individua sve više razvija svoju osobnost... Pasivnost i nekritičnost svode je na gotovo neizdiferenciranu »potrošačku biljku« koja je ograničena na konzumaciju.« (Martinić, 1977: 54).

Aktivnu i pasivnu dokolicu razlikuje i Alan Touraine, jedan od najpoznatijih teoretičara postindustrijskoga društva. Svoje poimanje aktivne i pasivne dokolice razrađuje

<sup>7</sup> Robert K. Merton, autor je najvažnijega djela strukturalnoga funkcionalizma: *Prema kodifikaciji funkcionalne analize u sociologiji*, smatra Georg Ritzer. U tom djelu ističe određene postulate nužne za interpretaciju pojedinih društvenih fenomena, među kojima je i otkrivanje latentnih funkcija spomenutih, uz očite manifestne. Manifestne su funkcije rezultat svjesne motivacije koje dovode do anticipiranih, objektivnih posljedica za osobu, grupu ili sustav, a latentne funkcije rezultiraju neintendiranim, neprepoznatim i nenamjeranim posljedicama, a njihovo razotkrivanje omogućava istraživaču analiziranje, razumijevanje i interpretiranje multidimenzionalne (biološko-psihološko-socijalne) stvarnosti i takoreći »pogled iza fasade.« (Kuvačić, 1990.; Ritzer, 1997.).

<sup>8</sup> Koncept idealnoga tipa formulirao je sociološki klasik Max Weber. Idealni tipovi predstavljaju heurističko, metodološko sredstvo za istraživača. Odnose se na mentalnu konstrukciju koja objedinjava bitne karakteristike neke pojave ili procesa odnosno na čistu formu predmeta proučavanja neovisno o razlikama u konkretnim manifestacijama (Kalanj, 2005.).

tezom o socijalnoj stratifikaciji dokolice. Autor smatra da su determinirajuće varijable u tome kontekstu razina obrazovanja i životni prihod, a da se pasivno, odnosno aktivno prakticiranje dokolice određuje prema stupnju participacije različitih društvenih skupina u temama i produktima kulture i to na način da najpasivnije društvene skupine najmanje sudjeluju u društveno-kulturnim vrijednostima. Takva je situacija uvelike određena objektivnim makročimbenicima, smatra Touraine.

Sociolog Ed Andrew u knjizi *Zatvaranje željeznog kaveza: znanstveno upravljanje radom i dokolicom* zaključuje da je trend svođenja slobodnoga vremena na pasivnu zabavu popratni učinak rada te da je preduvjet aktivnoga slobodnog vremena stvaranje aktivnoga modela rada u kojem pojedinac ima stanoviti stupanj »samoupravljanja«.

#### 4. 3. Politika i slobodno vrijeme

Jedan je od klasičnih prigovora demokraciji, kao obliku vladavine koji omogućuje većini građana sudjelovanje u donošenju političkih odluka (posredno ili neposredno), formulirao grčki filozof Platon. Platon iznosi argument da je demokracija »nevaljan« oblik vladavine s obzirom na to da omogućuje pojedincima koji ne raspolažu relevantnim znanjem sudjelovanje u politici. S obzirom na to da većina ljudi ne raspolaže znanjem i vještinama koje bi im omogućile prosudbu političkih programa, oni često odabiru svoje predstavnike temeljem irelevantnih osobina ili temeljem neispitanih predrasuda o političkim strankama. Takva je situacija osobito vidljiva u suvremenom društvu, u kojem je politika zarobljena u medijsku arenu, smatra Manuel Castells. U svojem djelu *Moć identiteta* on ističe kako su mediji osnovni izvor političkoga informiranja temeljem kojeg ljudi stvaraju određene političke stavove. Politički akteri tako svoje djelovanje prilagođavaju logici koja je svojstvena medijskom prostoru, što se često očituje: prakticiranjem »politike skandala«, pojednostavljenjem političkoga diskursa, odnosno njegove redukcije na kratke audiovizualne slogane i poruke, personalizacijom događaja (u središtu je političkoga djelovanja lik političara, a manje njegov politički posao), isticanjem »imidža« političara itd. Politički sustav gubi na vjerodostojnosti, navodi Castells, s obzirom na to da se svodi na tehničku manipulaciju i karizmatične potencijale političkih aktera. Castells zaključuje da je demokracija upala u krizu, no projicira mogućnost njezine obnove. U kontekstu demokratske poduke građana Castells navodi razvitak informatičkih tehnologija, ponajprije interneta koji u načelu omogućuje »nehijerarhijsku« i »necenzuriranu« razmjenu informacija, a politički sociolog S. M. Lipset ističe kako je slobodno vrijeme područje u kojoj se mogu steći relevantne spoznaje o političkim tendencijama i zbivanjima te konačno aktivno sudjelovati u oblikovanju društvene stvarnosti.

## 5. KAPITALISTIČKA ORGANIZACIJA SLOBODNOGA VREMENA

Polić navodi kako je slobodno vrijeme koje se javlja u formi besposlice izrazito podložno komercijalizaciji. Osnovna teza autora u tom kontekstu jest da se količina autoriteta koju zaposlenik ima na poslu odražava na njegove, odnosno njezine mogućnosti samoodređenja slobodnoga vremena. Drugim riječima, radnik koji je naviknut da njegov posao određuju drugi neće biti sklon osmišljavanju vlastitoga slobodnog vremena koje se za njega pretvara u dosadu. U vezi s tim razvijaju se mnoge privredne djelatnosti i »programirane« mogućnosti provođenja slobodnoga vremena koje se u prvome redu temelje na ideji »zabave«. Tako se razvija industrija zabave u najrazličitijim vidovima, turizam te »ultimativni potrošački teritorij« (shopping mall), kako ga naziva sociolog Hajrudin Hromadžić.

Sociolog Stjepan Pulišelić određuje zabavu na sljedeći način: »Pod zabavom razumijevamo onaj dio društvene aktivnosti, koju čovjek slobodno i s veseljem obavlja izvan potrebnog radnog vremena i koja se javlja, s jedne strane, kao kompenzacija za otuđenost njegove ličnosti u toku obaveznog rada, i s druge strane, kao vid njegova odmora, rekreacije, osvježenja neophodnih za obvezni radni proces...Zabava je forma afirmacije čovjeka, forma njegova razvoja.« (1974: 304). Iako autor zabavu nominalno određuje kao konstruktivnu djelatnost, on navodi da ova forma ljudske egzistencije može postati »zastrana«. Ono što će je odrediti kao konstruktivnu ili destruktivnu djelatnost jest »razumna mjera«, smatra Pulišelić.

Martinić smatra da potrošačko ponašanje ima izrazito zabavljački karakter te da se s tim povezano slobodno vrijeme u kapitalističkim društvima najčešće konkretizira u »potrošačkoj dokolici«, kako je autorica naziva. Ono što je destruktivno u tom kontekstu za ličnost pojedinca, sastoji se u svođenju njegova postojanja na pasivnoga i neproduktivnoga subjekta koji ne radi ono što želi, nego ono što mu je nametnuto te u konačnici ne razvija svoju posebnu bit, što je prema mnogim teoretičarima smisao ljudske egzistencije. Poliće tvrdi da je industrija zabave gotovo u potpunosti usmjerena na besposlicu, dok turizam dijelom proizlazi i iz dokolice. U tom se smislu govori o rekreativnom turizmu koji ima funkciju u oporavljanju čovjeka od rada za kasniji produktivniji rad. Autor spominje i potencijalnu zdravstvenu te didaktičku funkciju turizma, no zaključuje da u većini slučajeva one ostaju u području »idealnog«. Rifkin smatra da je turizam postao najvidljiviji i najmoćniji izraz ekonomije iskustva te naglašava kako je on jedna od najvećih gospodarskih grana na svijetu koja ima potencijal u »znatnom« zapošljavanju radne snage i »oplođivanju« državnih proračuna.

Hromadžić u svojem djelu *Konzumerizam. Potreba, životni stil, ideologija* navodi kako su trgovački centri postali »hramovi« suvremenoga potrošačkog stila. Oni postaju dimenzija u kojoj se integrirano mogu zadovoljiti najrazličitije potrebe pojedinaca svih dobnih, spolnih, rasnih i inih kategorija: od nabave materijalnih dobara, korištenja najrazličitijih usluga do zabavljanja i obiteljskoga druženja. Antropolog Marca Augé



trgovačke centre supsumira pod kategoriju »ne-mjesta« koja označavaju: »prostore postmodernističkog doba, koji su bespovijesni, neantropološki, bez starine, dakle u potpunosti artificijelni...« (Augé, 2005., u Hromadžić, 2008: 56). Hromadžić ističe da su trgovački centri zamišljeni kao mjesta na kojima se može provesti cijeli dan u kombinaciji zabave, kupovine i rekreacije. U njima se praksa kupovanja povezuje sa zabavom, barem na prvi pogled. »Latentna« analiza otkriva, smatra Polić, da su »centri za slobodno vrijeme« pogoni za komercijalno upravljanje besposlicom s konačnim ciljem njezina potpuna pretvaranja u dobitak.

## 6. ZAKLJUČAK

Ovaj se završni rad, koji nosi naslov *Slobodno vrijeme kao resurs u postindustrijskome društvu*, bavio problematikom slobodnoga vremena iz stajališta sociološke perspektive. Sociološka je analiza slobodnoga vremena u ovome radu bila razrađena u četiri poglavlja.

U prvome su poglavlju bila ponuđena neka određenja slobodnoga vremena te je napravljena distinkcija između pojmova slobodno vrijeme, dokolica i besposlica. Iako na pojmovnoj razini ponekad nije lako povući oštre granice između tih triju pojmova, oni nisu sinonimi te ih valja načelno razlikovati. Slobodno je vrijeme viši generički pojam koji se može ostvariti i kao besposlica i kao dokolica. Dokolica je »vrijeme slobodno za« neposredno djelatno ostvarenje, samoaktualizaciju, stvaralaštvo, a besposlica je »vrijeme slobodno od« prinudnoga rada koje ostaje na razini besmislenoga nerada, dosade i »neslobode«.

U drugome se poglavlju slobodno vrijeme analiziralo iz stajališta pluralističke perspektive o dokolici koju je formulirao Ken Roberts i s gledišta neomarksističke perspektive koju su u koautorstvu razradili John Clarke i Chas Critcher. Te su dvije teorije eklatantan primjer mikro i makro razine analize slobodnoga vremena. Dok mikroanaliza naglašava da je provođenje slobodnoga vremena rezultat individualnoga izbora pojedinca, makroanaliza ističe determiniranost slobodnoga vremena objektivnim društvenim činjenicama, kao što su društveni položaj pojedinca, mogućnosti koje mu pruža društvena sredina itd. Primjereno objašnjenje fenomena slobodnoga vremena zahtijevalo bi integraciju tih perspektiva umjesto njihove suprotstavljenosti koja doводи do »jednodimenzionalnih« objašnjenja »višedimenzionalne« stvarnosti. Također u teorijama dolazi do preklapanja determinirajućih varijabli koje uvjetuju moduse provođenja slobodnoga vremena te u tom smislu nije poželjno strogo povući granicu između makro i mikro perspektive.

U trećem se poglavlju dao prikaz osnovnih društvenih procesa u kasnom dvadesetom, odnosno ranom dvadeset i prvom stoljeću koji su doveli do nastanka »novih« društvenih struktura i oblika. Ako se prate promjene u kulturnoj sferi, o »novom« se društvu govori kao o postmodernom društvu dok se naziv postindustrijsko društvo

koristi pri opisivanju procesa u njegovoj tehnoekonomsjoj sferi. Pri tome ne treba zaboraviti na interaktivni karakter društvenih fenomena. Ta je činjenica »važna« za analizu slobodnoga vremena zato što objašnjava sinergijsko djelovanje kulturnih i ekonomskih fenomena koji su se konkretizirali u razvoju određenih industrija, kao što su industrija zabave, kulturne odnosno kreativne industrije, ekonomije iskustva itd.

U četvrtome su se poglavljju prikazale dominantne aktivnosti slobodnoga vremena u kapitalističkome društvu. Riječ je o već spomenutoj industriji zabave, globalnom turizmu i provođenju slobodnoga vremena u trgovačkim centrima. Neovisno o raznolikim sadržajima koji proizlaze iz tih djelatnosti postoji zajedničko obilježje svih njih, dakako na formalnoj razini, a ono se sastoji u tome da se radi o »organiziranom« provođenju slobodnoga vremena koje je konstruirano prema »logici dobitka« te koje u načelu oslobađa pojedinca od misleće djelatnosti potrebne za kvalitetno osmišljavanje i prakticiranje slobodnoga vremena.

Neupitna je činjenica da je u suvremeno doba došlo do povećanja slobodnoga vremena. Ta je promjena uvjetovana širim društvenim procesima, ponajprije napretkom u tehnologiji koja je stvorila objektivne uvjete za smanjenje radnoga dana. Ova »kvantitativna« objektivna činjenica predstavlja potencijal za ostvarenje kvalitativno najrazličitijih mogućnosti za mikro i makro »aktere«. Povezano s tim može se govoriti o progresivnim i regresivnim posljedicama produljenja slobodnoga vremena. S jedne se strane nazire područje koje može udovoljiti određenim makroekonomskim i inim ciljevima kao što su otvaranje novih radnih mjesta i povećanje bruto domaćeg proizvoda pojedine države, no s druge valja imati na umu da se poticanjem provođenja slobodnoga vremena u »duhu potrošnje«, zapravo potiče neproduktivni, pasivni i nemisleći »*homo consumericus*«. No takav modus djelovanja nije univerzalan i jednoznačan za svakoga pojedinca. Iako produljenje slobodnoga vremena nije dovoljan uvjet za prakticiranje dokolice, ono je definitivno onaj nužan, a kako će ga pojedinac odlučiti provesti na kraju ipak smatram da je na njemu samome.

## 7. LITERATURA

- Abercrombie, N. i sur. (2008). *Rječnik sociologije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Artić, M. (2009). Prema novom iskustvu slobodnog vremena: slobodno vrijeme kao izvor kritičke svijesti. *Filozofska istraživanja*, 29 (2): 281 – 295.
- Božović, R. (1979). *Iskušnja slobodnog vremena*. Beograd: Mladost.
- Castells, M. (2000). *Uspjon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Castells, M. (2002). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden marketing.
- Cvjetičanin, V. i Supek, R. (2003). *Emile Durkheim i francuska sociološka škola. Sociološka hrestomatija*. Zagreb: Naklada Lijevak.
- Haralambos, M. i Holborn, M. (2002). *Sociologija. Teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.

- Himanen, P. (2002). *Hakerska etika i duh informacijskog doba*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Hromadžić, H. (2008). *Konzumerizam, životni stil i ideologija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Kalanj, R. (2005). *Suvremenost klasične sociologije*. Zagreb: Politička kultura.
- Kalin, B. (1998). *Povijest filozofije*. Zagreb: Školska knjiga.
- Kuvačić, I. (1990). *Funkcionalizam u sociologiji. Sociološka hrestomatija*. Zagreb: Naprijed.
- Lipovetsky, G. (2008). *Paradoksalna sreća. Ogled o hiperpotrošačkom društvu*. Zagreb: Antibarbarus.
- Martinić, T. (1977). *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*. Zagreb: Informativ.
- Milardović, A. i sur. (2002). *Mali leksikon globalizacije*. Centar za politološka istraživanja Zagreb.
- Peračković, K. (2006). *Društvo usluga – promjene u socioprofesionalnoj strukturi radno aktivnog stanovništva Hrvatske od 1971 – 2001*. Doktorska disertacija, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Peračković, K. (2008). Društvo i (ili) tržište – sociološka konceptualizacija procesa marketizacije društva. *Društvena istraživanja*, 98 (6): 975 – 997.
- Pine, B. J. II i Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Polić, R. (2003). Odgoj i dokolica. *Metodički ogledi*, 10 (2): 25 – 37.
- Polić, R. i Polić, M. (2009). Vrijeme, slobodno od čega i za što? *Filozofska istraživanja*, 29 (2): 255 – 270.
- Pulišelić, S. (1974). *Osnove sociologije*. Zagreb: Narodne novine.
- Rifkin, J. (2005). *Doba pristupa. Nova kultura hiperkapitalizma u kojoj je cijeli život iskustvo koje se plaća*. Zagreb: Bulaja naklada.
- Ritzer, G. (1997). *Suvremena sociologijska teorija*. Zagreb: Globus.
- Vidulin-Orbanić, S. (2008). Fenomen slobodnog vremena u postmodernom društvu. *Metodički obzori*, 3 (2): 19 – 33.
- Spasić, I. (2004). *Sociologije svakodnevnog života*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Todorović, A. (1984). *Sociologija slobodnog vremena*. Beograd: Interpregled.
- Švob-Đokić i sur. (2008). *Kultura zaborava. Industrijalizacija kulturnih djelatnosti*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Warburton, N. (1999). *Filozofija osnove*. Zagreb: Kruzak.

## **ABSTRACT**

The way in which one spends his or hers free time is relevant in determining the quality of their existence. It is considered that free time has the potential to improve the development of fundamental anthropological components of the humankind. Based on this potential one can distinguish individuals who participate in active activities in their free time, which involve the development of one's mind, body and soul as to passive activities associated with different kinds of unfocused and consumer behaviour (fun), which doesn't amount to the development of one's personality, self-accomplishment or emancipation. Free time is both an individual and a social phenomenon, which means it is defined by specific interests of an individual and his or hers objective social categories (gender, level of education and socio-economic status), but also by the social-historic environment in which it manifests itself. The social aspect of free time also consists of the need that it should be organized and structured by wider social institutions, which can contribute in making free time really free from market criteria and cost effectiveness.

**KEY WORDS:** free time, leisure, post-industrial society, post-modern society, free time as a capitalist resource