

MUNCA ȘI TIMPUL LIBER

Timpul liber se definește, de obicei, ca fiind parte componentă a bugetului de timp, ce rămâne la dispoziția individului, aflându-se în strânsă relație cu timpul de muncă.

Legătura strânsă între timpul liber și cel atribuit muncii face dificilă măsurarea cu exactitate a fiecăruia și a percepției asociate acestora. Astfel, de cele mai multe ori, timpul pentru muncă este asimilat conceptului de responsabilitate și obligativitate, iar timpul liber este destinat indivizilor ca o libertate de alegere a activităților, respectiv o modalitate de exprimare și creativitate.¹

Schimbările majore petrecute la nivel global, în special avansul tehnologic, informațional, își pun amprenta asupra celor două noțiuni și se pot observa schimbări de mare amploare în relația timp liber-muncă.

Identificarea bugetului de timp liber, mai ales în raport cu munca permite organizatorilor de agrement să se adreseze cu o mai mare acuratețe potențialilor consumatori și să vină în întâmpinarea necesităților și dorințelor acestora cu oferte diversificate și particularizate.

Desigur că, alături de timpul de muncă și cel liber se regăsesc și cele alocate îngrijirii personale, educației, transportului etc. O analiză a evoluției timpului de muncă la

¹Haftor, Darek, *Information and Communication Technologies, Society and Human Beings: Theory and Framework*, Information Science References, New York pag. 267;

nivel internațional² pe o perioadă mai îndelungată, a evidențiat următoarele:

Table nr.1 Evoluția bugetului de timp destinat muncii – ore/an/lucrător

Țări Ani	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2014
Australia	1836	1792	1780	1793	1779	1730	1692	1664
Danemarca	1592	1538	1457	1440	1490	1474	1436	1436
Franța	1823	1670	1665	1605	1535	1507	1494	1473
Marea Britanie	1767	1760	1765	1731	1700	1673	1652	1677
Japonia	2121	2093	2031	1884	1821	1775	1733	1729
Spania	1936	1793	1763	1755	1753	1726	1710	1689
SUA	1813	1836	1831	1844	1836	1799	1777	1789
Canada	1827	1795	1797	1775	1779	1747	1703	1704
Finlanda	1849	1813	1769	1776	1742	1697	1668	1645
Olanda	1553	1499	1451	1479	1462	1434	1421	1425

Sursa: <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=ANHRS#>

Întrebări și teme de dezbatere:

1. Care este dimensiunea actuală a timpului liber în raport cu munca?
2. Comparați datele din tabel și identificați tendințele înregistrate la nivelul bugetului de timp alocat muncii.
3. Analizați bugetul personal de timp alocat pentru muncă și identificați eventualele modificări ale acestuia. Dar a timpului liber?
4. Există o întrepătrundere a celor două categorii de timp? Posibilitatea lucrului de acasă sau din concediu determină schimbări majore asupra percepției de timp liber?
5. În ce măsură creșterea sau descreșterea timpului liber afectează organizatorii de animație sau agrement?
6. Prezentați importanța timpului liber în dezvoltarea ofertelor turistice.

²OECD Stats, <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=ANHRS#>

ACTIVITĂȚILE TIMPULUI LIBER

Activitățile timpului liber desemnează o multitudine de modalități de petrecere agreabilă a bugetului de timp rămas la discreția individului și care generează o stare fizică și psihică de relaxare, distracție și amuzament.

O analiză detaliată a principalelor activități desfășurate în timpul liber evidențiază următoarele aspecte, incluse în studierea modului de petrecere a timpului³: practicarea de sporturi, participarea la evenimente, vizionarea la TV sau ascultarea radioului, vizite și socializare cu prietenii și altele.

Tabel. nr 1. Structura activităților timpului liber

Țări	Activități de agrement – min/zi		
		Femei	Bărbați
Norvegia 2010	Sporturi	18	21
	Evenimente	6	7
	Vizite și socializare	78	68
	TV și radio	87	123
	Altele	187	160
	Total	376	379
Canada 2010	Sporturi	21	32
	Evenimente	9	8
	Vizite și socializare	72	64
	TV și radio	99	123
	Altele	93	109
	Total	294	336

³<http://www.oecd.org/gender/data/balancingpaidworkunpaidworkandleisure.htm>;

Noua Zeelandă 2009-2010	Sporturi	15	19
	Evenimente	7	6
	Vizite și socializare	77	59
	TV și radio	118	132
	Altele	79	90
	Total	295	306
Suedia 2010	Sporturi	16	18
	Evenimente	5	6
	Vizite și socializare	32	27
	TV și radio	89	124
	Altele	131	138
	Total	272	314
Finlanda 2009-2010	Sporturi	30	37
	Evenimente	6	5
	Vizite și socializare	55	46
	TV și radio	111	147
	Altele	134	151
	Total	336	386
Franța 2009	Sporturi	24	37
	Evenimente	5	6
	Vizite și socializare	58	53
	TV și radio	103	124
	Altele	81	98
	Total	270	318
SUA 2010	Sporturi	12	25
	Evenimente	6	7
	Vizite și socializare	50	44
	TV și radio	136	162
	Altele	64	76
	Total	269	315
Spania 2009-2010	Sporturi	12	24
	Evenimente	7	8
	Vizite și socializare	53	43
	TV și radio	139	166
	Altele	61	69
	Total	273	310

Japonia 2011	Sporturi	14	17
	Evenimente	22	11
	Vizite și socializare	12	12
	TV și radio	140	127
	Altele	56	74
	Total	244	240

Sursă: <http://www.oecd.org/gender/data/balancingpaidworkunpaidworkandleisure.htm>;

Întrebări și teme de dezbatere:

1. O succintă analiză a timpului liber reliefează diferențe între țările menționate. În care dintre acestea timpul liber deține o valoare mai mare? Care credeți că este relația cu timpul de muncă?
2. Care dintre activitățile menționate deține o pondere superioară față de celelalte? Justificați răspunsul.
3. Activitățile din timpul liber pot fi departajate în funcție de caracterul acestora, în active și pasive. Există diferențe semnificative între cele două? La nivel de țară?
4. În ce măsură genul indivizilor își pune amprenta asupra activităților specifice timpului liber? Există influențe socio-culturale?

RELAȚIA TURISM ȘI TIMPUL LIBER

Activitatea turistică este dependentă de o serie de factori ale căror influențe se manifestă asupra diferitelor servicii turistice de cazare, alimentație, transport și agrement. Alături de factori economici, socio-culturali, psihologici etc. timpul liber reprezintă unul dintre factorii esențiali în conceperea pachetelor de servicii turistice.

Dimensiunea timpului liber determină însăși existența călătoriei, durata acesteia, precum și tipologia serviciilor turistice alese de consumatori.

Din altă perspectivă, turismul reprezintă o activitate specifică timpul liber, cu mențiunea că acesta nu are o frecvență la fel de mare ca și cele zilnice: socializare cu prieteni, TV, radio sau Internet, sporturi etc.

Alegerea activităților turistice ca și activități de petrecere agreabilă a timpului liber diferă în funcție de vârstă, sex, mediul de proveniență, stare financiară și altele.

Întrebări și teme de dezbateri:

1. Furnizați exemple privind modul în care timpul liber determină activitatea turistică.
2. O creștere a timpului liber determină și o creștere a interesului pentru turism și călătorii? Argumentați răspunsul.
3. Analizați relația timpul liber – vârsta consumatorilor și importanța pentru dezvoltarea turismului.

AGREMENTUL TURISTIC

Serviciile turistice și complexitatea lor determină gradul de atractivitate în rândul consumatorilor. Importanța serviciilor oferite stimulează decizia de cumpărare și drept urmare, perspectivele de dezvoltare a destinațiilor și organizatorilor din turism.

În conceperea și comercializarea pachetelor de servicii turistice, trebuie luate în considerare necesitățile și dorințele turistului modern, care își manifestă opțiunea pentru o varietate de servicii, incluse în oferta prestabilă sau pe care le poate achiziționa la destinație. Din rândul acestora, serviciile de agrement se detașează prin caracterul divers, determinând o individualizare a ofertei turistice.

Varietate serviciilor de agrement se datorează multitudinii de forme sub care se regăsește: sporturi, arte, jocuri, shopping, recreere etc. Venind în completarea ofertei turistice, agrementul determină numeroase modalități de petrecere a timpului liber, regăsindu-se în unele cazuri ca și motorul de dezvoltare a destinației turistice.

Întrebări și teme de dezbatere:

1. Analizați importanța serviciilor de agrement în dezvoltarea turismului.
2. Dați exemple în care agrementul turistic a generat o creștere substanțială a circulației turistice într-o destinație.
3. Ce tipologie de servicii de agrement este mai atractivă pentru consumatori?

AGREMENT NEGRU

Conceptul de agrement negru este unul amplu dezbătut de specialiștii în domeniu. Datorită caracterului ambiguu nu se regăsește o clasificare clară a activităților specifice acestui tip de agrement.

Acesta face referire la activitățile ce determină emoții puternice și o atitudine de superioritate față de reglementările legale și morale⁴. Adepții acestui tip de agrement vizează mai degrabă desfășurarea unor activități considerate tabu, de unde și dificultatea de a defini această tipologie.

Consumul de droguri, excesul de băuturi alcoolice, violență, activități sexuale sunt doar câteva exemple asociate agrementului negru. Distracția de acest fel se află sub influența mass-mediei la nivel mondial, în care se promovează constant imagini sugestive sau incitante.

Drept consecință, agrementul negru determină apariția unor forme particulare de turism precum turism sexual, pentru consumul de stupefiante etc.

Întrebări și teme pentru dezbateri:

1. Ce reprezintă agrementul negru și ce măsură influențează decizia consumatorului de servicii turistice?

⁴Karl Spracklen, *Leisure, Sports & Society*, Palgrave Macmillan, 2013, pag. 211;