

Министерство культуры Республики Беларусь
Белорусский государственный университет
культуры и искусств

И. Л. Смаргович

**ОСНОВЫ
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Рекомендовано УМО по образованию в области культуры
и искусств в качестве учебно-методического пособия
для студентов высших учебных заведений по направлению
специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)*

Минск
БГУКИ
2013

УДК [351.858:379.8](075.8)

ББК 77я73

C50

Рецензенты:

Е. А. Макарова, кандидат педагогических наук,
доцент, зав. кафедрой культурологии и психолого-
педагогических наук учреждения образования
«Институт культуры Беларуси»;

Н. В. Самерсова, кандидат педагогических наук, доцент,
профессор кафедры педагогики СКД учреждения
образования «Белорусский государственный
университет культуры и искусств»

Смаргович, И. Л.

C50 Основы культурно-досуговой деятельности : учеб.-метод.
пособие / И. Л. Смаргович ; Мин-во культуры Респ.
Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. –
Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.
ISBN 978-985-522-076-4.

Учебно-методическое пособие содержит научный материал и практические рекомендации по вопросам осмысления культурно-досуговой деятельности, функционирования профильных учреждений, организации досуга разновозрастных категорий населения, формирования и развития культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь.

Адресовано студентам и магистрантам высших учебных заведений культуры и искусств, учащимся колледжей и училищ, слушателям системы повышения и переподготовки кадров, специалистам-практикам.

УДК [351.858:379.8](075.8)

ББК 77я73

ISBN 978-985-522-076-4

© Смаргович И. Л., 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Раздел 1. Основы теории культурно-досуговой деятельности	7
1.1. Социально-культурная сущность досуга в современном обществе	7
1.2. Культурно-досуговая деятельность: понятие, функции, социальная значимость	14
1.3. Технология, субъекты, формы государственного регулирования культурно-досуговой деятельности	20
Раздел 2. Практические аспекты организации культурно-досуговой деятельности в Республике Беларусь	24
2.1. Учреждения культурно-досуговой сферы: типология и основные характеристики	24
2.2. Финансирование культурно-досуговых учреждений	32
2.3. Клубные учреждения в Беларуси	37
2.4. Деятельность клубных формирований	49
2.5. Основные тенденции развития культурно-досуговой сферы в Беларуси на современном этапе	56
Раздел 3. Дифференцированный подход к организации культурно-досуговой деятельности разных категорий населения	63
3.1. Организация культурно-досуговой деятельности детей	64
3.2. Организация культурно-досуговой деятельности подростков	70
3.3. Особенности культурно-досуговой деятельности молодежи	75
3.4. Неформальные молодежные объединения как средство реализации социально-культурных потребностей молодого поколения в сфере досуга	90

3.5. Культурно-досуговая деятельность людей среднего возраста	97
3.6. Организация культурно-досуговой деятельности людей пожилого возраста	101
3.7. Семья как объект и субъект культурно-досуговой деятельности	105
Раздел 4. Формирование и развитие культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь	109
4.1. Теоретико-практические основы культурно-досуговой индустрии	109
4.2. Особенности развития рынка культурно-досуговых услуг	119
4.3. Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси: практический аспект	127
4.4. Арт-менеджмент в культурно-досуговой индустрии	133
Литература	141
Приложения	146
Приложение 1. Краткий словарь терминов	146
Приложение 2. Тематика курсовых работ	152
Приложение 3. Вопросы к экзамену	155
Приложение 4. Список нормативно-правовых документов, обеспечивающих функционирование культурно-досуговой сферы в Республике Беларусь	157
Приложение 5. Технология создания сюжетно-ролевой игры	163
Приложение 6. Палажэнне аб клубнай установе ў Рэспубліцы Беларусь	166

ВВЕДЕНИЕ

«Основы культурно-досуговой деятельности» – специальная дисциплина в структуре подготовки специалистов-менеджеров социально-культурной сферы. Основная цель ее – формирование у студентов знаний, умений и навыков организации культурно-досуговой деятельности в различных учреждениях культуры и искусства Республики Беларусь.

Культурно-досуговая деятельность – относительно молодая область общественной практики и гуманитарной науки. В последние десятилетия во всем мире изменяются представления о ее роли в обществе и значении в развитии личности человека. Ее актуальность и ценность повышаются. Культурно-досуговая сфера выступает тем пространством, где человек может реализовать свои потребности в занятиях творческими видами деятельности, в общении, познании нового, обретении новых умений и навыков в различных сферах жизнедеятельности, в отдыхе и рекреации и, в конечном итоге, в самореализации. Культурно-досуговая деятельность является мощным средством воспитания подрастающего поколения по всем актуальным направлениям развития современного общества.

Культурно-досуговая сфера в современной Беларуси имеет достаточно развитую инфраструктуру и представлена деятельностью большого количества государственных, ведомственных, коммерческих(частных) учреждений культуры и досуга. Нарботан значительный опыт использования различных технологий культурно-досуговой деятельности для воспитания человека, его социализации и инкультурации. Главной задачей специалистов-менеджеров социально-культурной сферы при этом становится создание соответствующих условий для реализации основных социально-культурных потребностей человека в сфере досуга и дальнейшего повышения культурных потребностей. Настоящее учебно-методическое пособие поможет изучить и закрепить вопросы теории и практики организации культурно-досуговой деятельности в Республике Беларусь.

Рассмотрение содержания культурно-досуговой деятельности следует начинать с ее теоретических основ, которым и посвящен первый раздел пособия. В нем описываются сущность и значение культурно-досуговой деятельности в жизни современного общества, раскрываются основы ее организации. Вто-

рой раздел посвящен вопросам теории и практики деятельности учреждений культурно-досуговой сферы в Республике Беларусь. В нем рассматриваются вопросы типологии, финансирования, даются основные характеристики культурно-досуговых учреждений. В третьем разделе представлен материал, раскрывающий специфику организации культурно-досуговой деятельности разных возрастных категорий населения. Значительное внимание уделено вопросам формирования и развития в Республике Беларусь такого нового направления, как культурно-досуговая индустрия, которая представлена как сфера деятельности, развивающаяся на стыке предпринимательской и культурной работы (четвертый раздел).

Что касается обеспеченности курса учебным материалом, то следует отметить недостаточное количество учебных пособий по данной дисциплине, несмотря на то, что она преподается во многих вузах. Среди наиболее значимых отметим учебники и учебные пособия российских специалистов А. Д. Жаркова «Теория и технология культурно-досуговой деятельности», Г. А. Аванесовой «Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации», Ю. А. Стрельцова «Культурология досуга», Н. Ф. Максютин «Культурно-досуговая деятельность». В других изданиях, посвященных социально-культурной и сервисной деятельности, культурно-досуговая деятельность подана в частичном изложении материала.

Представленное учебно-методическое пособие «Основы культурно-досуговой деятельности» является одним из первых изданий в Республике Беларусь по основам теории культурно-досуговой деятельности и характеристике практического опыта ее организации. Данное пособие предлагается студентам и магистрантам высших учебных заведений культуры и искусств, учащимся колледжей и училищ культуры и искусств, слушателям системы повышения и переподготовки кадров, специалистам культурно-досуговой сферы. Материалы его могут быть использованы при подготовке специалистов, соприкасающихся с вопросами организации культурно-досуговой деятельности населения, – социальных работников, режиссеров народных праздников, специалистов музеев, библиотек, театров и др.

Раздел 1

ОСНОВЫ ТЕОРИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Социально-культурная сущность досуга в современном обществе

С середины XX – начала XXI в. наблюдается существенный рост значимости досуга как общественной ценности. Досуг понимается как часть свободного времени, совокупность содержательных занятий для восстановления физических и психических сил человека; это деятельность, имеющая в своей основе мотивы удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по добровольному выбору. Необходимо разграничивать понятия «свободное время» и «досуг». Свободное время – это внерабочее (внеучебное) время, остающееся у человека после вычета непреложных занятий, связанных с бытовыми, физиологическими, хозяйственными заботами, уходом за детьми, сном. Досуг в современном мире определяется как деятельность, отношения в рамках свободного времени, направленные на удовлетворение определенных социально-культурных потребностей человека. Основными социально-культурными потребностями человека в сфере досуга являются потребности в отдыхе, рекреации и развлечениях, в познании, творчестве, общении, в празднично-зрелищной культуре и т.п. На удовлетворение этих основных социально-культурных потребностей и должна быть направлена вся организация культурно-досуговой деятельности.

Досуг в современном понимании сформировался в период индустриального и постиндустриального развития общества. Именно в рамках этого периода сократилось рабочее и увеличилось свободное время, оказались четко разделенными, регламентированными досуг и труд, досуг и учеба. Современный досуг является порождением процесса массового потребления и технизации общества. Сегодня человек ищет в досуге то, что не может найти в других сферах своей жизнедеятельности, – возможность самореализации, рекреации, физического развития, развития творческих талантов и дарований, общения с друзьями, природой, новых социальных контактов.

Как отмечает ведущий специалист в области социально-культурной деятельности российский профессор М. А. Ариарский, одна из ведущих тенденций развития современной цивилизации связана с усилением роли досуга в духовной жизни общества и сохранении здоровья его членов. В настоящее время в индустриально развитых странах у людей больше, чем когда-либо, остается свободного времени после работы. Чем более быстрыми оказывались темпы научно-технического и социального прогресса, тем более интенсивно шел процесс перемещения производительных сил из сферы материального производства в сферу быта и досуга. Ведущие страны мира пошли по оправдавшему себя пути реализации рекреационно-развивающего потенциала досуга [3, с. 7].

За последние годы активность людей в сфере досуга приобрела новое качество. Досуг стал пространством активной социально-культурной деятельности, областью активной самореализации и самоактуализации человека, социализации и инкультурации, наконец, средством развития культуры. Прежние средства, методы, формы работы в сфере свободного времени пересматриваются, переосмысливаются. Использование человеком свободного времени является ярким индикатором его культуры, круга духовных потребностей и интересов конкретной личности или определенной социальной группы. Досуг влияет непосредственно и на производственно-трудовую сферу деятельности, так как именно в условиях свободного времени наиболее благоприятно протекают рекреационно-восстановительные процессы, снимающие интенсивные психические и физические нагрузки.

В этой связи особый интерес представляет рассмотрение сущности досуговой деятельности в современном обществе. Большинство развитых стран вступают в такую стадию развития, в экономике которой в результате научно-технической революции приоритет перешел от преимущественного производства товаров к производству услуг, доминирующим производственным ресурсом являются информация и знания.

Специалисты отмечают, что наиболее заметными процессами, характеризующими современное общество, являются процессы информатизации, но нельзя не отметить, что наряду с ними происходят и другие, не менее знаковые для эпохи события, например, смена мировоззренческих установок, измене-

ние подходов в научном познании, пересмотр ориентиров в социально-политической практике и т.д.

Постиндустриальная стадия характеризуется переходом от товаропроизводящей экономики (production economy) к так называемой обслуживающей экономике (service economy). Основной сферой занятости и источником дохода становятся не только и не столько промышленность, сколько гуманитарные отрасли и сфера услуг. Характерной чертой постиндустриального общества является переход от реальной экономики к так называемой экономике символов, основным продуктом которой становится бренд, который позволяет получать экономические выгоды от внеэкономических благ.

Представляется необходимым уточнить характер досуговой деятельности в связи с теми потребностями, которые человек реализует в ее процессе. Основные потребности человека условно делятся на первичные и вторичные.

К первичным относятся:

- физиологические потребности – в пище, воде, отдыхе, сне, продолжении рода, в чистом воздухе и т.д.;
- потребности в безопасности и защищенности.

Вторичными являются:

- эмоциональные потребности – в любви, доверии, безопасности, спокойствии;
- социально-общественные потребности – в общении, дружбе, товарищеских взаимоотношениях, социальном обслуживании;
- культурные потребности (интеллектуальные, духовные, творческие, потребности самоактуализации) – в образовании, духовном развитии, создании и освоении художественных ценностей и традиций, в развитии собственной личности и т.д.

В отличие от физиологических и эмоциональных потребностей, с которыми человек рождается, социальные и культурные потребности во многом формируются социально-культурной средой, в рамках которой развивается личность человека. Досуг является одним из важнейших средств в процессе удовлетворения и развития вторичных потребностей человека. Досуговое пространство и условия для развития человека, предоставляемые досуговой инфраструктурой общества, имеют большое значение в процессе формирования и развития как соци-

ально-культурной среды общества, так и личности самого человека и групп людей.

Содержание досуговой деятельности включает осмысление человеком воспринимаемой информации и художественных образов, общего культурного контекста; эмоциональные переживания, впечатления и состояния, которые испытывает человек, включенный в конкретный вид досуговой деятельности. Самые привлекательные качества досуга для человека – это его добровольность, гедонистический характер проведения досуга, свобода от привычных обязанностей, возможность реализовать те внутренние социально-культурные потребности, которые не могут быть реализованы в других видах жизнедеятельности человека.

Досуг подразумевает свободный выбор досуговых занятий. Но досуговая деятельность, как и любая другая, подчиняется закону физической и социальной необходимости. Досуг – необходимый и неотъемлемый элемент образа жизни каждого человека. Поэтому досуг всегда предстает перед нами в контексте реализации интересов личности, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, удовольствием, оздоровлением и т.п. [4, с. 33].

Существует типология досуга, основанная на содержательных и мотивационных характеристиках досуговой деятельности:

1) культурно-творческий тип, включающий создание или воспроизводство материальных и духовных ценностей посредством художественного и научно-технического творчества, общественной деятельности, различных форм самообразования;

2) культурно-потребительский тип, означающий потребление духовных ценностей (чтение книг, газет, журналов, просмотр телепередач, посещение кинотеатров, театров, музеев, галерей, концертов и т.п.);

3) рекреативный тип, объединяющий различные виды отдыха и развлечений: туризм, спорт, отдых в компаниях, посещение дискотек, кафе, ресторанов и т.п.

Процесс освоения досугового пространства тесно связан с таким понятием, как «культура досуга». Культура досуга – это умение личности наполнять досуговое время содержательным социально значимым смыслом. М. А. Ариарский определяет культуру досуга как качество личности, отражающее потреб-

ности и умение конструктивно использовать свое свободное время, которое реализуется в активном отдыхе, духовно насыщенном общении, удовлетворении и постоянном возвышении духовных интересов и потребностей посредством репродуктивной и творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию ценностей культуры и развитию своих сущностных сил.

Наряду с понятием «культура досуга» часто используется понятие «досуговая компетентность», которая характеризует все досуговое поведение человека. Она определяется как совокупность знаний, умений и навыков, личностных ценностных ориентаций, позволяющих целесообразно и рационально использовать свободное время на благо самого человека и общества в целом.

У культурологов и социологов не вызывает сомнения тот факт, что досуг в современном обществе является самостоятельной, невыводимой из других, сферой общественной и личной жизни. Это послужило основанием для введения в научный оборот понятия «цивилизация досуга». Российский исследователь Т. В. Абанкина отмечает, что в концепциях постиндустриального общества сфера досуга рассматривалась как важнейшая социальная подсистема. Теоретический анализ значительных эмпирических исследований, фиксирующих коренные изменения в образе жизни и досуге, лег в основу концепции Ж. Дюмазедье, названной «цивилизацией досуга». Ж. Дюмазедье считает, что досуг перестал быть компенсацией работы, превратившись в автономную ценность. Последователями идеи «цивилизации досуга» была признана равнозначность работы и досуга. В цивилизации досуга культурно-досуговые товары и услуги предназначены для удовлетворения так называемых потребностей «высокого порядка» – в самоутверждении, самоуважении, социальной принадлежности. Ж. Фурастье разрабатывал идею «цивилизации досуга» как модели постиндустриального общества: начиная с определенного уровня экономического развития досуг приобретает все большую автономию от труда и становится самостоятельной ценностью.

Российский профессор Г. А. Аванесова отмечает, что в постиндустриальном обществе Запада многие аналитики осознают значение невещественных ресурсов как важнейшего фактора оптимизации социально-культурного и экономического разви-

тия в XXI в. Поэтому досуг, производство культурных и досуговых товаров (знаний, информации, художественных ценностей и др.) и услуг (образовательных, коммуникативных, рекреационных и др.) начинают рассматриваться как одно из основных средств формирования не вещественных ресурсов, так называемого человеческого капитала.

В то же время не все аналитики признают высокую роль развивающего досуга. С одной стороны, повышается общественное значение досуга (особенно в развитых странах Западной Европы), растет желание людей качественно заполнить свое свободное время. С другой стороны, укрепляются тенденции усиления в обществе технократических начал (например, в США). Оспаривается необходимость увеличения свободного времени. Приверженцы этого направления считают, что обычный человек не способен конструктивно использовать даже то свободное время, которое ему предоставляется.

Во второй половине XX ст. начала складываться мировая культурно-досуговая инфраструктура, которая становится важным фактором постиндустриального общества. Она образовывается из отдельных компонентов в разных странах, расположенных на различных континентах и участвующих в международном обмене культурными товарами и услугами. Важнейшими компонентами глобальной инфраструктуры являются: телекоммуникационные системы, кинопроизводство, радио- и музыкальная индустрия, компьютерные сети. Все эти структурные звенья в совокупности способны обслуживать не десятки и сотни клиентов, а тысячи и миллионы потребителей. Именно эти звенья обеспечивают распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, образовательных материалов и информации, рекламы. Важным звеном мировой инфраструктуры досуга является международный туризм. Он включает курортно-туристскую индустрию, индустрию перевозок, размещения, питания и развлечений [2, с. 119].

Как социальный феномен досуг уникален. Только в его рамках возможны реализация и развитие многочисленных видов и форм культурно-досуговой деятельности. В Беларуси сформирована целая производственная отрасль, состоящая из органов административного, методического руководства, научных центров, учебных заведений, предприятий культуры и искусства. Конечная продукция этой отрасли представлена услугами учреждений культуры.

Основными досуговыми приоритетами в настоящее время можно назвать следующие виды деятельности:

- 1) музыкально-развлекательная;
- 2) рекреационно-оздоровительная;
- 3) семейно-рекреативная;
- 4) игровые отношения;
- 5) прикладные виды декоративно-прикладного искусства;
- 6) виды творчества, ведущие к шоу-бизнесу (особенно популярны у подростков и молодежи);
- 7) индивидуализация в творчестве;
- 8) празднично-зрелищные мероприятия.

В то же время нельзя не отметить определенную сложность, связанную с досуговой деятельностью современного человека. В технически развитом государстве происходит все большее обезличивание человека, а с ростом технических усовершенствований свободное время, с точки зрения его наполненности и многообразия, постепенно обедняется. Человек все больше превращается в потребителя технических усовершенствований, а его самостоятельное творчество, социально-культурная активность сокращаются. Технический прогресс содействует пассивности потребителя культуры. Индивидуализация личности меняется на стандартизированную «коллективную» деятельность, что ведет к обезличиванию.

Досуг ныне превратился в столь же важную сферу формирования личности, какими прежде традиционно выступали учеба и труд. Можно констатировать определенную переоценку такой категории, как досуг. Все более возрастает значимость его как общественной ценности. Досуг всегда рассматривается как область реализации интересов личности, связанных с рекреацией, творчеством, саморазвитием, самореализацией, общением, познанием, оздоровлением и т.п. В этом и заключается социально-культурная сущность досуга.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Назовите специфические черты досуга.
2. Перечислите основные социально-культурные потребности человека в сфере досуга и способы их удовлетворения.
3. Раскройте типологию досуга, основанную на содержательных и мотивационных характеристиках.
4. Охарактеризуйте понятие «культура досуга».
5. В чем заключается уникальность досуга?

Литература

1. *Абанкина, Т. В.* Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» / Т. В. Абанкина // Отечественные записки [Электронный ресурс]. – 2005. – № 4(24). – Режим доступа: www.strana-oz.ru. – Дата доступа: 17.05.2012.
2. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
3. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 288 с.
4. *Киселева, Т. Г.* Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та культуры. – 1995. – 136 с.
5. *Культурно-досуговая деятельность : учебник для вузов культуры и искусств / Т. Г. Васильева [и др.]; под науч. ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова.* – М. : МГУК, 1998. – 461 с.
6. *Стрельцов, Ю. А.* Культурология досуга : учеб. пособие / Ю. А. Стрельцов. – М. : МГУКИ, 2002. – 184 с.

1.2. Культурно-досуговая деятельность: понятие, функции, социальная значимость

Специфическая социально-культурная активность людей во время досуга называется культурно-досуговой деятельностью (КДД). Культурно-досуговая деятельность – это деятельность человека или группы людей по сохранению, созданию, распространению и освоению культурных ценностей, по предоставлению населению услуг социально-культурного, просветительского и развлекательного характера, по созданию условий для занятий любительским художественным, техническим и общественным творчеством.

А. Д. Жарков определяет культурно-досуговую деятельность как целостную систему, имеющую свою инфраструктуру, основными структурными компонентами которой являются история, теория, технология, материально-техническая база учреждений культуры, профессиональный состав специалистов и сотрудников, финансирование их деятельности, управление. Все эти компоненты тесно взаимосвязаны в контексте их достаточности для рационального, целесообразного функционирования целостной системы [3, с. 66].

Культурно-досуговая деятельность представляет собой деятельность по удовлетворению основных социально-культурных потребностей людей в свободное время: в отдыхе и развлечениях (концерты, шоу-программы), познании (посещения музеев, выставок, экскурсии), общении (клуб по интересам, студии), творчестве (занятия любительским художественным и техническим творчеством), празднике и зрелищах и др. Она играет значительную роль как в жизни современного человека, так и в процессе развития общества. Стратегической целью культурно-досуговой деятельности можно считать повышение общей культуры людей, частными целями – воспитание нравственной, эстетической, физической, правовой, психологической, экологической культуры и др.

Понятие «культурно-досуговая деятельность» вошло в научный оборот сравнительно недавно, с начала 80-х гг. XX ст. Его появление явилось логическим следствием теоретического осмысления проблемы досуга, в частности, подхода к определению его сущности как одного из видов человеческой деятельности.

Современная теория рассматривает культурно-досуговую деятельность как процесс освоения человеком мира, в основе которого лежит многосторонняя по своей природе деятельность, имеющая собственные функции, цели, средства, результат. Культурно-досуговая деятельность в этом контексте представляется системой со сложной структурой, переплетением типов и видов деятельности. К культурно-досуговой деятельности относится лишь та культурная деятельность, которая осуществляется в рамках свободного времени человека. На каждом этапе исторического развития виды культурно-досуговой деятельности упорядочиваются, приобретая определенное значение для человека и общества [4].

Мы уже отмечали, что культурно-досуговая деятельность привлекает внимание ученых особенно в последние несколько десятков лет. Различными аспектами истории, теории и практики культурно-досуговой деятельности с 80–90-х гг. XX в. занимаются российские исследователи Г. А. Аванесова, Л. А. Акимова, М. А. Ариарский, Л. Н. Волобуева, Е. И. Григорьева, И. Н. Ерошков, А. А. Жаркова, А. Д. Жарков, Л. С. Жаркова, М. Б. Зацепина, Н. С. Квасова, Т. Г. Киселева, Е. М. Ключко, Н. В. Котельникова, Ю. Д. Красильников, Н. Ф. Максютин,

Б. Г. Мосалев, В. Е. Новаторов, Н. М. Нужнова, О. В. Понукалина, В. В. Попов, Ф. Х. Попова, А. В. Сасыхов, Е. И. Смирнова, Ю. А. Стрельцов, В. Я. Суртаев, Б. А. Титов, В. Е. Триодин, А. В. Фатов, Г. И. Фролова, В. М. Чижиков, Н. Н. Ярошенко и др.

В белорусском культурном пространстве различные вопросы данной проблематики освещены в работах Я. Д. Григорович, А. И. Смолика, Н. Н. Королева, М. А. Беспалой, Е. А. Макаровой, С. Б. Мойсейчук, Н. И. Аксютика, Л. П. Сивуровой, Л. И. Козловской, Н. В. Самерсовой, И. Л. Смаргович и др. В последние годы в нашем обществе увеличивается количество литературы, посвященной проблемам развития культурно-досуговой деятельности.

Существующий опыт изучения культурно-досуговой деятельности не может безоговорочно претендовать на достаточно объемное и завершенное исследование. В большинстве случаев авторы ограничиваются рамками одного из компонентов культурно-досуговой деятельности, избирают в качестве основного один (реже несколько) из научных подходов исследований. КДД становится предметом изучения различных отраслей наук, в том числе культурологии, педагогики, психологии, социологии, истории, философии и др.

Культурология рассматривает культурно-досуговую деятельность как процесс создания условий для осознанного выбора личностью предметной деятельности. Причем процесс этот определяется потребностями и интересами личности. Культурно-досуговая деятельность – это неотъемлемый компонент культуры социума и личности, определяемый объективными условиями общественного развития. Эта деятельность включает в себя процесс создания ценностей культуры, их распространения и передачи последующим поколениям.

Социально значимая культурно-досуговая деятельность не может существовать вне рамок культуры, искусства, творчества, стремления людей к саморазвитию и самосовершенствованию. Она органично вбирает в себя неотъемлемые ценности современной культуры и выражает коренные интересы социума. Культурно-досуговая сфера предоставляет условия и возможности для освоения человеком и создания культурных ценностей, которые представляют собой нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, языки, национальные традиции и обычаи, исторические топонимы, фольклор,

художественные промыслы и ремесла, произведения культуры и искусства, результаты и методы научных исследований культурной деятельности, имеющие историко-культурную значимость здания, сооружения, предметы и технологии, уникальные в историко-культурном отношении территории и объекты. Культурно-досуговая деятельность способна наполнить жизнь человека смыслом, предоставить возможности для творческой деятельности и самореализации, для улучшения физического и психологического состояния.

В концепциях постиндустриального общества культурно-досуговая сфера рассматривается как важнейшая социальная подсистема. Общество предоставляет человеку условия и возможности для содержательных занятий в сфере досуга. Досуг современного типа, как правило, более результативно развивается в рамках общественного производства. Различные формы культурно-досуговой деятельности способны оказать огромное влияние на мировоззрение, особенно мировоззрение детей и молодежи. Одна из ведущих тенденций развития современного общества связана с увеличением роли досуга в социально-культурной жизни и его значения в формировании и развитии потенциала личности, сохранении ее здоровья. Заметно ускоряются темпы научно-технического и социального прогресса, интенсивно идет процесс перемещения производительных сил из сферы материального производства в сферу быта и досуга. Наблюдается существенный рост значимости культурно-досуговой деятельности как общественной ценности. Универсальность культурно-досуговой деятельности выражается в том, что в ее процессе решаются одновременно многие социальные цели и задачи. Возможности и потенциал культурно-досуговой сферы способны подготовить человека к трудовой деятельности, предоставить условия для полноценного отдыха, общения, самообразования, насытить необходимой информацией, реализовать творческие потребности.

Основными функциями культурно-досуговой деятельности являются:

- социализирующая;
- культуротворческая;
- рекреационно-развлекательная;
- познавательно-образовательная;
- коммуникативная;

- творческая;
- эстетическая;
- воспитательная;
- самореализационная;
- здоровьесберегающая, рекреационно-оздоровительная;
- компенсаторная;
- воспитательная.

В соответствии с функциями можно выделить основные направления организации культурно-досуговой деятельности населения:

- развлекательное;
- познавательно-образовательное;
- коммуникативное;
- творческое;
- эстетическое;
- патриотическое;
- экологическое;
- спортивно-оздоровительное.

Формы и виды культурно-досуговой деятельности человек выбирает самостоятельно, исходя из личных социально-культурных потребностей, уровня культурного развития, с учетом традиций и норм общественного развития. Большинство людей стремится рационализировать свой досуг в информационном, образовательном, эмоциональном, творческом, рекреативном плане, использовать в нем современные технологии. Игнорирование же реальных интересов и потребностей людей в культурно-досуговой сфере приводит к возникновению стихийных объединений, деятельность которых протекает вне социального влияния и далеко не всегда способствует конструктивному развитию личности.

Формы проявления культурно-досуговой деятельности могут быть классифицированы по различным признакам в зависимости от:

- места осуществления деятельности – домашние и внедомашние;
- наличия творческой составляющей КДД – активные и пассивные;
- характеристик субъектов КДД – индивидуальные, групповые и массовые;

– институционализированности организации КДД – институциональные, общественно организованные, неорганизованные.

Культурно-досуговые занятия по характеру их влияния на формирование всесторонне развитой личности принято разделять на три типа:

– культурно-творческий (создание или производство материальных и духовных ценностей – литературное, изобразительное, музыкальное, театральное творчество и т.п.);

– культурно-потребительский (потребление духовных ценностей – просмотры спектаклей, кинофильмов, посещения музеев, выставок и т.д.);

– рекреационно-развлекательный (различные виды отдыха и развлечений – дискотеки, танцевальные вечера, игровые программы, путешествия и т.д.).

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте определение понятию «культурно-досуговая деятельность».

2. Раскройте социальную значимость культурно-досуговой деятельности.

3. Перечислите функции культурно-досуговой деятельности.

4. Каковы формы проявления культурно-досуговой деятельности?

5. Опишите типы культурно-досуговых занятий по характеру их влияния на формирование всесторонне развитой личности.

Литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. *Грыгаровіч, Я. Д.* Прыкладная культуралогія : вуч. дапаможнік / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – 228 с.

3. *Жарков, А. Д.* Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2007. – 480 с.

4. *Культурно-досуговая деятельность : учебник для вузов культуры и искусств / Т. Г. Васильева [и др.] ; под науч. ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.*

5. *Максютин, Н. Ф.* Культурно-досуговая деятельность / Н. Ф. Максютин. – Казань : Казан. гос. ун-т, 1999. – 138 с.

6. *Туев, В. В.* Социально-культурная деятельность в таблицах и схемах : учеб. пособие / В. В. Туев ; КемГУКИ, АлтГАКИ. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2006. – 67 с.

1.3. Технология, субъекты, формы государственного регулирования культурно-досуговой деятельности

Одним из наиболее употребимых понятий в теории и практике культурно-досуговой деятельности является *технология КДД*. Технология в общем смысле понимается как совокупность приемов, применяемых в каком-либо деле, мастерстве, искусстве. Также можно встретить толкование технологии как совокупности производственных методов и процессов обработки в определенной отрасли. Понятие «технология» подразумевает алгоритмы, способы и средства, применение которых должно привести к задуманным результатам и гарантирует получение продукции заданного качества и количества. Технология КДД понимается как набор форм, методов и средств культурно-досуговой деятельности, которые используются для достижения планируемых результатов.

Наиболее основательно разработкой теории технологии КДД занимается российский исследователь А. Д. Жарков, определяющий данное понятие как научно обоснованную систему знаний об условиях, формах, методах и приемах создания материальных и духовных ценностей, практическое использование которых обеспечивает направленное воздействие на духовный мир личности.

Технология культурно-досуговой деятельности как система состоит из нескольких подсистем. Они связаны между собой и представляют единство идеальных и предметных компонентов: организационная подсистема (ее компоненты – штатное расписание, должностные инструкции, наличие отделов, секторов, участков работы и т.д.); подсистема методической деятельности (состоит из следующих компонентов: сценарные разработки, методические рекомендации, описание опыта и т.д.); психологическая подсистема (формальная и неформальная структуры, отношения между сотрудниками, профессиональное соз-

вание и т.д.). Все три подсистемы составляют систему технологии, которая служит основным механизмом функционирования учреждения культуры. Как подсистема, часть более крупного целого (технологии), учреждения культуры «вписаны» в систему культурно-досуговой деятельности региона [2, с. 230].

К основным видам технологий организации культурно-досуговой деятельности относятся:

- технологии рекреационно-развлекательной деятельности;
- технологии информационно-коммуникативной деятельности;
- креативно-творческие технологии;
- технологии познавательно-образовательной деятельности;
- культуротворческие технологии;
- технологии организации любительского художественного творчества и любительских объединений;
- дифференцированные технологии;
- анимационные и арттерапевтические (профилактико-коррекционные, адаптационные, реабилитационные) технологии;
- технологии празднично-зрелищной деятельности;
- игровые технологии;
- этнонаправленные технологии.

Для достижения поставленных целей и объемного воздействия на аудиторию организаторы зачастую используют совокупность нескольких технологий КДД. Например, в процессе организации празднично-зрелищных мероприятий могут быть задействованы и игровые, и этнонаправленные, и рекреационно-развлекательные технологии.

Важнейшими компонентами досуговой деятельности выступают конкретные люди или группы, обладающие определенными досуговыми потребностями. Они относятся к категории объектов досуговой деятельности. И в то же время они предстают активными субъектами, так как, участвуя в самом процессе культурно-досуговой деятельности, люди и группы людей являются творцами и трансляторами культурных ценностей. К *субъектам* культурно-досуговой деятельности относятся люди-специалисты, социальные группы, организации и фирмы, многочисленные социально-культурные институты, учреждения и организации, с помощью которых прямо или косвенно осуществляются удовлетворение социально-культурных потребностей человека или группы людей в сфере досуга, накопление и трансляция (передача) культурного опыта, освоение

культурных форм общественной жизни, приобретение необходимого объема знаний. Важнейшими субъектами организации КДД являются учреждения и организации культурно-досуговой сферы. Классификация субъектов КДД производится по ряду типологических признаков – территориальному, отраслевому, по виду принадлежности (собственности).

Культурно-досуговая деятельность осуществляется субъектами КДД на базе досуговых объектов. К досуговым объектам относятся постоянно действующие филиалы культурно-досуговых учреждений на базе других предприятий, учреждений и организаций, концертные залы и площадки, кинозалы, видеосалоны, компьютерные центры, танцевальные и дискотечные залы и площадки, игровые залы, рестораны, спортивные залы и площадки (баскетбольные, волейбольные, теннисные площадки, велодорожки, зоны для скейтборда, катки), помещения для малых спортивных форм, стадионы, катки, аттракционы, базы и пункты проката, парки и другие специализированные объекты, на базе которых можно организовать различные культурно-досуговые и физкультурно-рекреационные мероприятия и программы.

Государственная культурная политика – это совокупность принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры. *Формами государственной поддержки* культурно-досуговой сферы в нашей стране являются:

- научно-теоретическая;
- правовая;
- организационно-творческая;
- кадровая (подготовка кадров и повышение квалификации);
- финансово-экономическая;
- материально-техническая;
- информационно-методическая;
- рекламно-издательская.

На современном этапе приоритетами государственной культурной политики Республики Беларусь в области культурно-досуговой деятельности выступают следующие направления:

- 1) национальная культура, традиционные виды искусства и ремесел, обычаи и обряды белорусов и других народов Беларуси;
- 2) детское творчество во всех видах и формах;

3) социально-культурные и культурно-досуговые программы для социально незащищенных слоев населения (жители деревни, регионов чернобыльской зоны, подростки, инвалиды);

4) рекреационно-развлекательная деятельность различных категорий населения и содержательный цивилизованный отдых;

5) любительское художественное творчество и движение любительских объединений;

6) празднично-зрелищная деятельность (организация и проведение праздников, концертов, фестивалей и т.д.).

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте характеристику технологии культурно-досуговой деятельности.

2. Перечислите основные виды технологий КДД.

3. В чем заключается сущность субъект-субъектных отношений в культурно-досуговой деятельности?

4. Каковы формы государственной поддержки культурно-досуговой деятельности в нашей стране?

5. Перечислите приоритеты государственной культурной политики Республики Беларусь в области культурно-досуговой деятельности.

Литература

1. Грыгаровіч, Я. Д. Прыкладная культуралогія : вуч. дапаможнік / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – 228 с.

2. Жарков, А. Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2007. – 480 с.

3. Жарков, А. Д. Технология культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : МГУК : Профиздат, 2002. – 288 с.

4. Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.

Раздел 2

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

2.1. Учреждения культурно-досуговой сферы: типология и основные характеристики

Культурно-досуговая сфера – совокупность материальных, организационных, финансово-экономических, кадровых, информационно-методических и других условий осуществления культурно-досуговой деятельности на индивидуальном и общественном уровнях.

Культурно-досуговая инфраструктура развивается как совокупность учреждений, организаций, фирм, предприятий, фондов, осуществляющих процесс производства, хранения, распространения, трансляции культурных ценностей в сфере досуга и создающих условия для потребления культурных ценностей и досуговых занятий.

Культурно-досуговые учреждения (далее КДУ) – это учреждения, основная деятельность которых направлена на предоставление населению и организациям разнообразных услуг культурно-досугового, информационно-просветительского, оздоровительного и развлекательного характера, а также на создание условий для занятий любительским художественным и техническим творчеством, развитие любительского творчества, традиционных художественных промыслов и ремесел.

В процессе реформирования сферы культуры сложились различные типы культурно-досуговых учреждений – это клубы, Дома культуры, Дворцы культуры, парки культуры и отдыха, кинотеатры, центры досуга, культурно-развлекательные комплексы, центры ремесел, Дома фольклора и др.

Основной деятельностью учреждений и организаций культурно-досуговой сферы является предоставление населению разнообразных услуг социально-культурного, просветительского, развлекательного характера, создание условий для развития любительского художественного творчества и досуга населения.

Культурно-досуговая сфера в современной Беларуси имеет достаточно развитую инфраструктуру и представлена деятельностью большого количества государственных, ведомственных, профсоюзных, частных учреждений культуры.

Основная цель учреждений культурно-досуговой сферы – содержательная организация культурно-досуговой деятельности населения.

Субъектами организации культурно-досуговой деятельности в нашей стране являются клубные учреждения (Дворцы и Дома культуры, сельские клубы, центры досуга, центры и Дома ремесел, фольклора, клубы-библиотеки, эколого-культурные центры т.д.), учреждения дополнительного образования детей и молодежи, парки культуры и отдыха, зоопарки, кинотеатры, санаторно-курортные и спортивно-оздоровительные учреждения, спортивные центры и комплексы (Дворцы спорта, тенниса, водно-спортивные комбинаты, спортивные базы), культурно-спортивные центры, горнолыжные комплексы, туристско-экскурсионные предприятия, цирки, аквапарки; коммерческие культурно-развлекательные учреждения – дискотеки, культурно-развлекательные центры, бильярд-клубы, боулинг-клубы, караоке-клубы; любительские объединения, общественные организации и т.д. Социально-культурные учреждения (театры, музеи, библиотеки, филармонии, галереи, туристско-экскурсионные предприятия, санаторно-курортные учреждения, историко-культурные комплексы) также включены в процесс организации культурно-досуговой деятельности населения, так как предоставляют населению культурные услуги, которые люди потребляют в рамках досугового времени (выставки, спектакли, концерты, экскурсии и др.). Территориальные центры социального обслуживания районов городов тоже, в свою очередь, организуют культурно-досуговую деятельность населения – приглашают население в свои кружки и клубы.

В зависимости от формы собственности (учредителя) и органа управления культурно-досуговые учреждения в Беларуси подразделяются на:

1) государственные – клубные учреждения (сельские клубы, Дома культуры, районные Дома культуры, городские Дома культуры, Дома ремесел, методические центры народного

творчества и др.), которые подчиняются Министерству культуры РБ;

2) ведомственные – находятся в подчинении другим министерствам (это учреждения дополнительного образования детей и молодежи, Дворцы офицеров, клубы санаториев, культурно-досуговый центр органов погранслужбы, Дворцы культуры железнодорожников, Дворцы культуры предприятий и т.д.);

3) профсоюзные – подчиняются Республиканской федерации профсоюзов, отраслевым и региональным советам профсоюзов (Республиканский Дворец культуры профсоюзов, Дворец культуры ветеранов, Брестский областной Дворец культуры федерации профсоюзов Беларуси);

4) коммерческие (частные) – их учредителями являются частные лица (диско клубы, культурно-развлекательные центры, караоке-клубы, бильярдные клубы и др.).

По основной цели деятельности культурно-досуговые учреждения делятся на коммерческие и некоммерческие. Приведем краткие характеристики основных культурно-досуговых учреждений.

Дворцы (Дома) культуры призваны обеспечивать досуг населения, сохранять и развивать достижения национальной культуры, традиционных форм культурной деятельности, создавать условия для развития любительского творчества и поддержки социально-культурных инициатив населения.

Центры досуга (центры культуры и досуга) на современном этапе представляются как качественно новый уровень в развитии культурно-досуговой деятельности населения, оставаясь близким к такому типу учреждений, как клуб. Главной целью центров досуга является создание оптимальных условий для массового, группового, семейного и индивидуального развития творческих способностей, общения, отдыха, развлечений, восстановления духовных и физических сил на основе изучения культурных запросов и интересов различных категорий населения. Эти учреждения ориентированы на организацию содержательного досуга населения; на возрождение, сохранение народных праздников, обычаев, традиций; пропаганду здорового образа жизни; воспитание гражданственности и патриотизма.

Центры (Дома) ремесел (однопрофильные учреждения культуры) нацелены на сохранение материального и нематери-

ального культурного наследия, сохранение и развитие народных промыслов и ремесел, создание, распространение и передачу методик мастерства подрастающим поколениям.

Центры (Дома) фольклора, народного творчества, народных традиций, как новые типы учреждений культуры комплексного характера, ориентированы на традиционную культуру (обучение ремеслам, работа с песенно-музыкально-танцевальными видами народного творчества).

Учреждения дополнительного образования детей и молодежи (Национальный центр художественного творчества детей и молодежи, Дворцы детей и молодежи, центры эстетического воспитания детей и молодежи, туристско-экологические центры детей и молодежи, центры туризма и краеведения, комплексы и центры внешкольной работы, центры технического творчества детей и молодежи, центры физического воспитания и спорта, Дома детского творчества, юных натуралистов, центры детско-юношеского туризма и экскурсий) организуют культурно-досуговую деятельность детей, подростков и молодежи по всем направлениям развития личности: художественное и техническое творчество, естественно-научное, общественно-гуманитарное развитие, нравственное, экологическое, патриотическое, физкультурно-оздоровительное воспитание, культура здорового образа жизни и т.д.

Парки культуры и отдыха – культурно-досуговые учреждения, работа которых направлена на предоставление широкого спектра социокультурных и рекреационных услуг, оптимального использования природных условий в интересах укрепления здоровья, культурного развития населения и организации их досуга на открытом воздухе. Парки культуры и отдыха располагают садово-парковыми и нередко лесными угодьями. В структуру парков культуры и отдыха могут входить: площадки для массовых мероприятий, открытые эстрады, аттракционы, танцевальные залы, выставочные залы, базы проката спортивного и культурного инвентаря, тир, спортивные сооружения и площадки, лодочные станции, лыжные базы, катки, игровые площадки, торговые павильоны и точки питания. В деятельности парков культуры и отдыха могут сочетаться культурно-просветительская и физкультурно-оздоровительная работа; проводятся театрализованные праздники, народные гулянья, концерты, тематические программы, карнава-

лы, фестивали, дни семейного отдыха, благотворительные акции, спортивные праздники и соревнования, детские утренники и др.

Тематические парки – культурно-досуговые учреждения, работа которых направлена на предоставление комплекса услуг, отвечающего определенной теме. К ним относят: национальные парки (природная резервация, доступная для туристов), культурно-исторические парки (связаны с одним или несколькими историко-культурными событиями), зоопарки, дельфинарии, аквапарки.

Зоопарки – культурно-просветительные учреждения, предназначенные преимущественно для содержания в неволе или полувольно, а также для показа и разведения диких животных. На территории зоопарков также могут располагаться аттракционы для детей, точки питания и торговли сувенирами. Для посетителей проводятся конкурсы, дни семейного отдыха, развлекательные и тематические программы, благотворительные акции.

Аквапарки – развлекательные комплексы, в которых имеются водные аттракционы (водяные горки, бассейны с «вышкой», фонтаны и др.) и инфраструктура для игр на воде.

Кинотеатры – учреждения, предназначенные для осуществления показа кинофильмов населению и проведения культурно-досуговой деятельности: встречи, концерты, выставки, тематические программы, театрализованные представления и пр.

Культурно-спортивные комплексы – это многопрофильные предприятия спортивно-оздоровительного и культурно-досугового назначения, призванные создавать условия для занятий населения физической культурой и спортом, проведения спортивных мероприятий международного и республиканского уровней, организации культурно-массовых мероприятий.

Культурно-развлекательные комплексы и центры (семейные и детские развлекательные центры) – это, как правило, коммерческие досугово-развлекательные предприятия, предназначенные для организации культурно-досуговых развлекательных программ и мероприятий (дискотек, выпускных вечеров, шоу-программ, свадебных мероприятий, корпоративных праздников и пр.).

Культурно-развлекательные клубы – место комплексной организации досуга населения путем проведения дискотек,

предоставления услуг боулингов, бильярда, предоставления иных развлекательных культурно-досуговых услуг, а также услуг общественного питания.

Дискоклубы (ночные клубы) – коммерческие культурно-развлекательные танцевальные учреждения, основная задача которых – организация дискотек, которые сопровождаются конкурсно-игровыми программами, концертными выступлениями, модными показами и пр. Ночные клубы обладают специфическими характеристиками: организация досуга на основе музыкальных интересов; развлекательная направленность досуга; посетители – преимущественно молодые люди и люди среднего возраста; частота и обязательность посещения не регламентируются.

Караоке-клубы – культурно-досуговые учреждения, предоставляющие населению развлекательные услуги, заключающиеся в непрофессиональном исполнении песен с использованием устройства (караоке), позволяющего петь под фонограмму с бегущей строкой текста. Караоке-клубы предлагают также услуги по проведению корпоративных вечеров, свадеб, детских праздников, тематических развлекательных программ и т.п.

Боулинг-клубы – спортивно-развлекательные учреждения, предоставляющие населению услуги, заключающиеся в игре в боулинг (катание шаров по специальной дорожке с целью сбить наибольшее количество кеглей, установленных в противоположном конце дорожки).

Культурно-досуговые учреждения могут быть филиалами, структурными подразделениями, представительствами в составе централизованных клубных систем или комплексных социально-культурных (культурно-образовательных, культурно-спортивных и т.п.) объединений, являющихся юридическими лицами.

Государственные, профсоюзные и ведомственные культурно-досуговые учреждения осуществляют следующие виды деятельности:

- организацию любительского творчества и деятельности любительских формирований (кружков, студий, клубов, коллективов);

- проведение культурно-досуговых и спортивно-зрелищных мероприятий (праздников, концертов, выставок, фестивалей,

конкурсов, театрализованных программ, презентаций, дискотек, кинопоказов и др.);

– методическую работу по обобщению и распространению лучшего опыта организации культурно-досуговой деятельности (издание методических материалов; создание банка данных, фонотек, видеотек, фотоматериалов);

– оказание платных услуг населению (платные кружки, курсы, «школы», мастерские народных промыслов и ремесел; проведение дискотек, концертов, свадеб, спектаклей, выпускных балов, экскурсий, семейных торжеств; демонстрация кинофильмов; физкультурно-оздоровительные услуги – бассейны и спортивные комплексы; спортивно-развлекательные услуги – бильярд, настольный теннис; художественно-творческие заказы – написание сценариев, изготовление костюмов, декораций и т.п.).

Культурно-досуговое мероприятие – это массовое либо групповое мероприятие, направленное на удовлетворение социально-культурных потребностей населения в сфере досуга, способствующее приобщению граждан к культурным ценностям, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в том числе временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия). Культурно-досуговые мероприятия представлены большим количеством форм:

– праздник (государственный, национальный, культурно-спортивный, календарно-обрядовый, профессиональный, семейный, города, микрорайона, села, улицы, фольклорный, спортивный и др.);

– художественная программа (игровая, шоу, развлекательная, познавательная);

– концерт (театрализованный, тематический, сольный, отчетный и др.);

– фестиваль (театральный, хореографический, декоративно-прикладного искусства, юмора и т.д.);

– конкурс, смотр-конкурс (коллективов, отдельных исполнителей, мастеров ДПИ и т.д.);

– выставка (художественная, прикладного творчества, народных промыслов, тематическая – цветов, животных и др.);

– спектакль;

- дископрограмма, дискотека, вечер отдыха;
- представление (театрализованное, цирковое, новогоднее и др.);
- вечер-встреча (с общественными активистами, деятелями культуры, искусства, науки);
- мастер-класс, тренинг;
- презентация и др.

Новые социально-культурные и экономические условия функционирования учреждений культурно-досуговой сферы активизируют процессы их реформирования. Идет активный поиск оптимальных моделей их деятельности в связи с изменениями в финансово-экономическом обеспечении, а также в связи с активными изменениями культурно-досуговых потребностей населения.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Дайте характеристику учреждениям культурно-досугового типа.
2. Какие учреждения занимаются организацией культурно-досуговой деятельности в Республике Беларусь?
3. Какова типология учреждений культурно-досуговой сферы в Беларуси?
4. Дайте краткую характеристику одному из культурно-досуговых учреждений (Дворец культуры, Дом ремесел, центр внешкольной работы, парк культуры и отдыха, кинотеатр, дискотека и т.д.).
5. Опишите виды деятельности культурно-досуговых учреждений.

Литература

1. *Аксюцік, М. І.* Сацыяльна-культурная дзейнасць : вучэб.-метадычны дапаможнік / М. І. Аксюцік. – Мінск : Ін-т сучасных ведаў, 2003. – 102 с.
2. *Беларуская культура сёння : гадавы агляд, 2010* / І. В. Анціпенка [і інш.] ; пад агул. рэд. Т. І. Стружэцкага ; М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Ін-т культуры Беларусі. – Мінск : Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў, 2011. – 144 с.
3. *Боганева, А. М.* Новыя тыпы ўстаноў культуры і клубных фарміраванняў у галіне традыцыйнай культуры / А. М. Боганева, В. А. Лабачэўская // *Веснік БелППК.* – Мінск : БелППК, 1999. – С. 88–103.
4. *Жаркова, Л. С.* Организация деятельности учреждений культуры : учебник для студентов вузов культуры и искусств / Л. С. Жаркова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2010. – 396 с.

5. Макарова, Е. А. Социально-культурная деятельность : состояние и особенности развития / Е. А. Макарова // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры. – 2008. – № 10. – С. 86–92.

2.2. Финансирование культурно-досуговых учреждений

Финансирование является одной из первостепенных задач успешного функционирования учреждений. В экономическом пространстве нашей страны действуют несколько типов учреждений и организаций культурно-досуговой сферы с разными организационно-правовыми характеристиками:

- бюджетные учреждения, сочетающие принципы бюджетного хозяйства и коммерческой деятельности (Дворцы и Дома культуры, центры досуга, парки культуры и отдыха и др.);

- коммерческие культурно-досуговые предприятия, фирмы, организации (дискотеки, караоке-клубы, казино, игровые центры, культурно-развлекательные центры и др.), получающие доходы от реализации созданных ими и/или предоставленных населению культурных продуктов, услуг.

Отметим, что под некоммерческими понимаются государственные и негосударственные организации, не рассматривающие в качестве основной цели своей деятельности получение прибыли.

Существующие формы хозяйствования позволяют дифференцировать учреждения и организации, оказывающие культурно-досуговые услуги, на следующие типы:

- некоммерческие организации (центры ремесел, Дома фольклора, учреждения дополнительного образования детей и молодежи и пр.);

- коммерческие организации (дискотеки, караоке-клубы, туристические фирмы и пр.);

- организации смешанного типа – это некоммерческие по своим целям и задачам предприятия, которые осуществляют предпринимательскую деятельность, а доходы, получаемые от этой деятельности, направляют на свое развитие (например, ведомственные Дворцы культуры – Дворец культуры и спорта железнодорожников, Дворец культуры МТЗ – УП «Культсервис» и пр.).

В настоящее время в Республике Беларусь основным источником финансирования культуры и искусства является государственный бюджет. Частная сфера культуры довольно ограничена.

Источниками финансирования государственных учреждений культурно-досуговой сферы являются:

- 1) бюджетные средства: нормативное финансирование текущего содержания учреждений и целевое финансирование;
- 2) внебюджетные средства: собственная прибыль от коммерческой деятельности и привлеченные средства.

Бюджетные средства в республике выделяются двумя способами:

- 1) нормативным финансированием текущего содержания учреждения;
- 2) целевым финансированием программ, проектов, субсидиями на образование и подготовку кадров для сферы культуры.

Бюджетное финансирование направлено на поддержку материально-технической базы и хозяйственного содержания бюджетных учреждений. Деньги по нормативному финансированию расходуются на оснащение учреждений культуры техническими средствами и оборудованием, текущее содержание (оплата коммунальных услуг и др.), заработную плату в соответствии с лимитом численности штатного состава работников учреждений культуры по региону.

Целевое финансирование – это прежде всего финансирование приоритетных направлений развития национальной культуры через систему целевых программ, социально значимых проектов, принципиально новых направлений в культуре, социально-творческих заказов на государственном, региональном и местном уровнях. За счет целевых ассигнований выплачиваются специальные премии, стипендии, создаются фонды, устанавливаются надбавки к заработной плате [2, с. 101].

В современных условиях учреждения культуры должны научиться зарабатывать деньги самостоятельно (осуществлять коммерческую деятельность и активно привлекать внебюджетные средства), так как полное бюджетное финансирование сети учреждений культуры в условиях развития рыночной экономики невозможно. Внебюджетное финансирование осуществляет-

ся благодаря предпринимательской деятельности учреждений культурно-досуговой сферы и делится на две группы: собственные средства и привлеченные.

Культурно-досуговые учреждения сегодня ориентированы на оказание платных услуг населению, т.е. на предпринимательскую деятельность. Источником получения собственных средств является прибыль, полученная от коммерческой деятельности учреждений культурно-досуговой сферы. В данных учреждениях источником получения прибыли могут служить платные услуги, сдача в аренду основных фондов и имущества для целей, не связанных с социально-культурной деятельностью, специализированная торговля произведениями искусства, изделиями народных промыслов, товарами, созданными в цехах и мастерских [2, с. 130].

Под *платными услугами* понимают утвержденные услуги, имеющие социально-культурную значимость и на которые сложился устойчивый рыночный спрос, оказываемые учреждениями культуры в рамках их деятельности, реализация которых направлена на увеличение доходов. Внедрение платных услуг создает дополнительные возможности для более полного удовлетворения социально-культурных потребностей и интересов населения, позволяет эффективно реализовывать принцип дифференцированного подхода в культурно-досуговой деятельности.

В Республике Беларусь платные услуги начали активно внедряться в деятельность учреждений культуры с 1985 г. За это время были разработаны нормативно-правовые акты и инструктивно-методические материалы, регулирующие деятельность по развитию платных услуг государственных учреждений культуры. В Общегосударственном классификаторе Республики Беларусь «Услуги населению» (утвержден в 2003 г.) перечислены среди прочих в том числе услуги культуры, многие из которых являются платными: дискотеки, танцевальные вечера; демонстрация кинофильмов, спектакли, концерты, шоу-программы, театрализованные представления; игровые программы, тематические программы; обучение игре на музыкальных инструментах, обучение в художественных и технических кружках, студиях, на курсах; проведение торжеств (свадеб, семейных вечеров отдыха); услуги студий звукозапи-

си; организация экскурсий; физкультурно-оздоровительные услуги: бассейн, бильярд, аэробика, каратэ, занятия в тренажерных залах; проведение спортивно-зрелищных мероприятий и др.

В связи с внедрением новых информационных технологий появились такие виды платных услуг, как компьютерные и интернет-услуги:

- работа компьютерных клубов, интернет-кафе;
- ксерокопирование, сканирование, распечатка текстов;
- запись на цифровые носители;
- услуги студий звукозаписи.

Важными аспектами работы культурно-досуговых учреждений по разработке и предложению платных услуг являются:

- исследования и анализ потребностей и предпочтений населения в сфере досуга;
- учет местной социокультурной ситуации;
- развитие материально-технической базы, усиление технической оснащенности, что позволит повысить качество услуг;
- рекламирование платных услуг, привлечение новых информационных и коммуникационных ресурсов.

Привлеченные средства – это средства сторонних организаций производственной и непроизводственной сферы, направленные на поддержание культуры на государственном или региональном уровне. Наряду с государственным институтом управления и организации культурно-досуговой сферы в Беларуси развивается коммерческий сектор: индустрия развлечений, праздничные и продюсерские агентства, спортивно-зрелищные организации, туристические фирмы, направленные на получение коммерческой прибыли.

Использование различных источников финансирования учреждений культурно-досуговой сферы в РБ определяется национальными особенностями. Осознание важности негосударственного финансирования привело к необходимости использования в нашей стране стратегии фандрейзинга как методики привлечения средств из различных источников. Фандрейтинг обычно связан с поиском средств под некоммерческие проекты, решающие различные социально-культурные задачи, а также с нехваткой оборотных средств на реализацию проектов и программ. Задачи фандрейзинга: анализ рынка потенциальных «доноров», определение совместных интересов «доноров»

и некоммерческих организаций/проектов, разработка методов привлечения средств и системы привилегий для «доноров», организация фандрейзинговой компании. В различных странах накоплен большой опыт успешного применения данной стратегии.

Реализация возможностей системы фандрейзинга в нашей стране пока не стала современной белорусской практикой. Поэтому так важны усилия специалистов-менеджеров социально-культурной сферы в этой области. Государственные структуры, организации культурно-досуговой сферы, потенциальные белорусские «доноры» должны обратить особое внимание на выработку единой концепции поведения в области фандрейзинга и координировать усилия.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем различие между бюджетными и коммерческими культурно-досуговыми учреждениями?
2. Перечислите источники финансирования государственных учреждений культурно-досуговой сферы в Беларуси.
3. Определите понятие «платные услуги», назовите их основные виды.
4. В чем суть стратегии фандрейзинга?

Литература

1. *Артемяева, Т. В.* Фандрейзинг : привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования : учеб. пособие / Т. В. Артемяева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2010. – 286 с.
2. *Кернога, Г. В.* Калькулирование : себестоимость, цена, прибыль : учеб.-метод. пособие / Г. В. Кернога. – 2-е изд., перераб. и доп. – Минск : Аинформ, 2006. – 160 с.
3. *Праблемы і перспектывы развіцця платных паслуг // Матэрыялы да рэспубліканскага семінара дырэктараў раённых Дамоў культуры (16–18 кастр. 2003 г., г. Мінск) / склад. В. У. Мірончык, С. А. Сусалка. – Мінск : Беларус. дзярж. ін-т праблем культуры, 2003. – 156 с.*
4. *Тульчинский, Г. Л.* Маркетинг в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Б. Л. Шекова. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2009. – 496 с.
5. *Чарная, И. В.* Введение в экономику культуры : учеб. пособие / И. В. Чарная. – Изд.2-е, перераб. и доп. – М. : МГУКИ, 2010. – 185 с.

2.3. Клубные учреждения в Беларуси

Клуб в широком понимании – это государственная, общественная, частная организация, которая имеет статус юридического лица, создана и функционирует на основе совместной профессиональной деятельности работников культуры или добровольного объединения граждан.

Клубные учреждения – это сельские клубы, Дома культуры и Дворцы культуры, клубы воинских частей, клубы учебных заведений. Принципиальной разницы между ними нет, отличия заключаются в объеме, масштабах работы и возможностях, которыми они располагают (кадры, материально-техническая база, масштаб аудитории клуба).

Согласно «Палажэнню аб клубнай установе ў Рэспубліцы Беларусь» клубное учреждение является юридическим лицом, создается в форме учреждения, имеет самостоятельный баланс, счета (в том числе расчетный и валютный) в банках, печать соответствующего образца, штампы, собственную символику. Клубное учреждение может являться не юридическим лицом и входить в состав организации в качестве структурного подразделения. Учредителем клубного учреждения могут быть органы государственного управления, а также физические и юридические лица. Клубные учреждения могут создаваться на основе государственной и частной формы собственности.

Е. А. Макарова предлагает следующую типологию клубных учреждений в Республике Беларусь:

- 1) по ведомственной принадлежности:
 - клубные учреждения системы Министерства культуры Республики Беларусь,
 - клубные учреждения Федерации профсоюзов Беларуси,
 - центры дополнительного образования детей и молодежи системы Министерства образования Республики Беларусь,
 - клубные учреждения и клубы (студенческие) высших и средних специальных учебных учреждений,
 - клубы по месту жительства,
 - частные клубные учреждения (молодежные дискотечные клубы);
- 2) по административно-территориальной принадлежности:
 - районные Дома (центры) культуры,
 - городские Дворцы и Дома (центры) культуры,
 - горпоселковые Дома культуры,

- сельские Дома культуры,
- сельские клубы,
- автоклубы;

3) учреждения клубного типа, сориентированные на сохранение традиционной культуры:

- Дома и центры ремесел и народных мастеров,
- Дома и центры фольклора,
- центры национальной культуры,
- центры народного творчества,
- центры народных традиций;

4) специализированные клубные учреждения:

- центры молодежного досуга,
- Дома ветеранов (Дома пенсионеров),
- центры культуры и досуга,
- клубы (центры) социально-культурных услуг,
- Дома народной медицины и народных традиций,
- центры развлечений и игровой деятельности;

5) комплексные учреждения культуры и досуга:

- сельские централизованные клубные системы,
- культурно-спортивные комплексы,
- социально-культурные комплексы, клубы социально-культурных услуг,
- культурно-образовательные центры,
- клубы-библиотеки,
- клубы-музеи.

Современная система государственных учреждений клубного типа в основном сложилась к середине 70-х гг. XX в. До начала 90-х гг. человек в культурно-просветительской работе рассматривался в качестве объекта воздействия, а не субъекта социально-культурной деятельности. В настоящее время в Беларуси сложилась субъект-субъектная модель, в которой человек выступает активным сотворцом социально-культурной деятельности.

Клубное учреждение (системы Министерства культуры) – некоммерческая организация, созданная в соответствии с законодательством Республики Беларусь, основными направлениями деятельности которой являются:

- предоставление населению разнообразных услуг социально-культурного, оздоровительного и развлекательного характера;

– создание условий для занятий любительским художественным творчеством, просвещения, совершенствования творческих способностей людей и организации межличностного общения;

– удовлетворение общественных потребностей в сохранении и распространении культурного наследия;

– поддержка творческой инициативы и социально-культурной активности населения.

Виды деятельности клубных учреждений:

– организация культурно-массовых и информационно-просветительских мероприятий;

– создание и организация работы клубных формирований (кружки, студии, клубы, коллективы);

– информационно-методическая работа;

– организация работы по сохранению культурного наследия;

– оказание платных услуг населению.

Структурными единицами клуба как учреждения культуры являются:

– клубы по интересам, любительские объединения;

– учебно-творческие студии, кружки;

– коллективы любительского художественного и технического творчества.

Задача клуба как культурно-досугового учреждения – поддержка и развитие социально-культурной активности и творческого потенциала населения, формирование культурных запросов и потребностей, создание условий для наиболее полной самореализации личности.

Деятельность клубных учреждений основана на добровольности посещений, она протекает в свободное время человека, заполняет и организует его досуг. Аудиторию клубных учреждений представляют широкие слои населения: дети, подростки, молодежь, люди среднего и пожилого возраста, семьи.

Культурно-досуговая сфера в разных регионах Беларуси имеет свою специфику. Она развивается в основном на базе клубных учреждений, которые являются одними из самых массовых учреждений культуры в нашей стране. Сеть клубных учреждений развивается в тесной связи с богатым наследием прошлого, традициями и социально-культурной спецификой каждого региона. Культурно-досуговые учреждения клубного типа являются субъектами культурной политики на определен-

ной территории (город, район, поселок, село) по созданию условий для организации досуга, развития традиционного народного творчества, а также по обеспечению жителей культурно-досуговыми услугами. Большинство государственных клубных учреждений в нашей стране функционируют в сельской местности.

Клубные учреждения Беларуси на сегодня представляют собой центры развития любительского художественного творчества всех жанров и видов, сохранения и развития традиционной культуры, общения и воспитания различных групп населения. В культурной жизни страны учреждения клубного типа всегда были и остаются одними из тех основных социально-культурных институтов, которые организуют пространство для развития личности человека, его самореализации и самоопределения. На разных уровнях они создают условия для удовлетворения основных социально-культурных потребностей населения в сфере досуга: рекреационно-развлекательных, познавательно-образовательных, творческих, коммуникативных, празднично-зрелищных и др. В настоящее время клубные учреждения страны находятся в процессе реформирования. Идет активный поиск оптимальных моделей их деятельности в связи с изменениями в финансово-экономическом обеспечении, а также в связи с активными изменениями культурно-досуговых потребностей населения.

К клубным учреждениям в нашей стране относятся сельские клубы, сельские Дома культуры, центры (Дома) досуга, Дворцы (Дома, центры) культуры, Дома и центры фольклора, народного творчества, национальной культуры, центры культуры и досуга, центры (Дома) ремесел и народных мастеров, центры традиционной культуры, молодежные культурные центры, автоклубы, методические центры народного творчества и другие учреждения. В системе Министерства культуры Республики Беларусь насчитывается около 3,5 тыс. учреждений клубного типа. В них функционируют свыше 25 000 клубных формирований, из них детских и юношеских – более чем 14 000, около 70 коллективов имеют звание «заслуженный», более 1500 – звания «народный» и «образцовый». Поскольку более 90% клубных учреждений функционируют в сельской местности, клубы играют важнейшую роль в сохранении региональной культуры, народных традиций. Клубные учреждения создают

условия для эстетического, патриотического, духовно-нравственного воспитания населения. Именно они являются зачастую единственным очагом и центром культуры в населенном пункте.

Все активнее работают клубные учреждения нового типа: центры (Дома) фольклора, центры досуга и народного творчества, районные центры культуры, клубы и Дома социальных (социально-культурных) услуг, клубы-библиотеки, клубы-музеи и др. Можно с уверенностью констатировать, что в стране идет процесс обновления традиционной модели клуба.

Исследователь социально-культурных преобразований в деятельности клубных учреждений Беларуси Е. А. Макарова отмечает, что основными путями их реформирования являются:

- профилизация или специализация клубов по отдельным направлениям деятельности;
- внедрение целевых и региональных программ с подчинением функций клуба их целям;
- создание принципиально новых учреждений культуры клубного типа [4].

Охарактеризуем основные учреждения клубного типа в Республике Беларусь.

Сельский клуб – учреждение культуры клубного типа, располагающееся в сельской местности, целью которого является организация досуга населения, создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества, проведение культурно-массовых мероприятий, поддержка социально-культурных инициатив населения.

Автоклуб («клуб на колесах») – учреждение культуры клубного типа, занимающееся организацией нестационарного обслуживания населения отдаленных и малонаселенных деревень района посредством проведения культурно-массовых мероприятий. Автоклубы организуют выездные концерты, выставки, дискотеки, творческие встречи. Вместе с автоклубом могут выезжать медработники, библиотекари, представители торговли, юристы. В настоящее время автоклуб, как правило, укомплектован современной звукоусилительной аудио-, видео-, DVD-аппаратурой.

Дом культуры – учреждение культуры клубного типа, содержанием деятельности которого является организация до-

суга населения, создание условий для развития народного творчества, организация деятельности клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества, проведение культурно-массовых мероприятий, поддержка социально-культурных инициатив населения, оказание информационных и методических услуг специалистам культурно-досуговой сферы. Дом культуры обладает большими, чем сельский клуб, характеристиками по параметрам мощности, оснащения и штатной численности.

Дом (центр) ремесел – однопрофильное учреждение культуры клубного типа, содержанием деятельности которого является организация процесса научения художественным ремеслам детей и взрослых; сохранение и развитие традиций народного искусства; развитие и популяризация ремесленнических традиций, исторически бытующих на данной территории; поддержка народных мастеров; сбор материалов по традиционным видам ДПИ; выставочная деятельность.

Дом (центр) фольклора (народного творчества, народных традиций, народного танца и музыки) – новый тип учреждения культуры комплексного характера, содержанием деятельности которого являются сохранение нематериального культурного наследия, методическое обеспечение творческих процессов, организация и проведение народных праздников, конкурсов и фестивалей народного творчества. Основные направления деятельности:

- работа с любительскими коллективами художественного творчества;
- проведение традиционных праздников;
- работа с аутентичными фольклорными группами;
- передача народных местных традиций подрастающему поколению;
- исследовательско-собираТЕЛЬская работа.

Централизованная клубная система (ЦКС) – это структурно-целостное образование культурно-досуговой работы, объединяющее районный центр культуры, Дома культуры, Дома ремесел, культурно-спортивные центры, сельские Дома культуры, клубы и другие клубные учреждения района, функционирующие на основе единого административного и методического штата и фонда.

Организационно-методическое обеспечение деятельности клубных учреждений осуществляют методические службы различных видов:

- областные информационно-методические центры;
- районные (городские) научно(организационно)-методические центры;
- организационно-методические отделы (методические кабинеты, методисты) при клубных учреждениях (например, при районном центре культуры).

Областной (районный, городской) информационно-методический центр (методический центр народного творчества и культурно-просветительской работы) – это координационный центр формирования культурной политики области (района, города), нацеленный на оказание информационных и методических услуг, сбор, анализ и распространение положительного опыта работы, методическую помощь клубным учреждениям. Зоной обслуживания и методического влияния является вся сеть культурно-досуговых учреждений клубного типа области (района, города). В деятельности центра можно выделить основные направления:

- координация работы клубных учреждений области (района, города) по вопросам традиционной культуры и любительского творчества;
- информационно-методическое обеспечение учреждений культуры;
- создание долгосрочных программ деятельности учреждений культуры;
- обеспечение аналитических, социологических исследований;
- внедрение в практику лучшего опыта, современных методик культурно-досуговой деятельности;
- создание банков данных;
- организация и проведение культурно-массовых мероприятий, фестивалей, концертов, праздников, обрядов, выставок и т.д.;
- организация учебы кадров учреждений культуры клубного типа и повышения профессионального мастерства работников культуры;
- внедрение и оказание культурно-досуговых платных услуг населению.

Основное место в системе научно-методического обеспечения занимают областные центры народного творчества и культпросветработы. В Республике Беларусь действуют шесть областных информационно-методических центров: Брестский областной общественно-культурный центр, Минский областной центр народного творчества, Могилевский областной методический центр народного творчества и культурно-просветительской работы, Гродненский областной методический центр народного творчества, Гомельский областной центр народного творчества, Витебский областной методический центр народного творчества. Все они являются отраслевой службой информационно-методического обеспечения учреждений культуры, активно содействуют внедрению в практику лучшего опыта, современных методик организации культурно-досуговой деятельности и народного творчества, способствуют повышению профессионального мастерства работников культуры.

Работа методического центра основывается на Положении о районном (городском) методическом центре народного творчества (культурно-просветительской работы) от 02.11.2004 г. № 21.

Исходя из Положения районный (городской) методический центр народного творчества (культурно-просветительской работы) является государственным учреждением или структурным подразделением отдела культуры районного (городского) исполнительного комитета и непосредственно ему подчиняется.

Одной из тенденций развития современной социокультурной ситуации стала коммерциализация учреждений культуры, которая приводит к тому, что все больше наращиваются темпы развития платных услуг населению. Основные виды платных услуг в клубных учреждениях следующие:

- проведение дискотек, презентаций, концертов, свадеб, выпускных балов, экскурсий, развлекательных программ, игровых программ, семейных торжеств;
- платные кружки, студии, курсы, «школы»;
- услуги ведущего вечеров и программ, написание сценариев;
- услуги студий звукозаписи;
- спортивно-развлекательные услуги: бильярд, настольный теннис, тренажерные залы.

Статистика показывает, что общий объем платных услуг культуры населению неуклонно возрастает. С одной стороны,

это создает определенные трудности в деятельности клубных учреждений и сложности в выполнении планов платных услуг. Сегодня зачастую, хоть и освобожденные от «диктата», а заодно – и от типовых планов, программ, сценариев, которые оставалось лишь воспроизводить, некоторые клубные работники продолжают работать по старинке: кружки любительского творчества и дискотеки – вот и весь традиционный набор клубных услуг. С другой стороны, эта тенденция приводит к тому, что многие руководители и работники клубных учреждений все активнее изучают своего посетителя и его социально-культурные потребности в свободное время, применяют новые маркетинговые технологии распространения своих платных услуг, пытаются выступить действительно современными менеджерами. Качество предоставляемых услуг начинает неуклонно повышаться, так как именно за качественную культурную услугу люди готовы платить. Наибольшей популярностью у населения пользуются следующие платные клубные услуги: концерты и спектакли, дискотеки и шоу-программы, игровые программы, вечера отдыха, проведение семейных торжеств, услуги компьютерных центров, услуги платных курсов, кружков, студий (в том числе спортивных) и др. Посетители готовы платить как за клубные профильные услуги, так и за непрофильные услуги клубов – аренда помещений, прокат спортивного инвентаря, прокат видеокассет и дисков. Безусловно, в этой связи следует решать ряд задач по укреплению материально-технической базы клубных учреждений: необходимо приобретать аппаратуру, костюмы, компьютерную технику и обеспечить подключение к сети Интернет.

Недопустимо, чтобы набор клубных предложений представлял собой усредненный вариант, одинаковый для всех категорий и всех уровней города или села. Сегодня клубная аудитория расслоилась, каждая категория (дети, подростки, молодежь, семьи, люди среднего и пожилого возраста) имеет свои запросы и потребности. Одним из действенных путей оптимизации деятельности клубного учреждения выступает четкая ориентация направлений и форм его деятельности на удовлетворение социально-культурных потребностей тех возрастных, социальных, профессиональных аудиторий, которые входят в зону обслуживания клуба. Здесь большую роль играют регулярные социологические исследования (анкетирование, устные

и письменные опросы, беседы) на тему выявления предпочтений в досуговой деятельности людей.

Вопросы сохранения и развития традиционной местной культуры становятся одними из приоритетных в деятельности сельских Домов культуры и клубов. В качестве одного из направлений развития учреждений этого типа отмечается интерес населения к проведению народных праздников с ярко выраженной культурной местной спецификой (Купалье, Троица, Масленица, Гуканне вясны) и к участию в клубных формированиях, направленных на сохранение и развитие традиционной местной культуры. Кружки и студии декоративно-прикладного искусства особенно востребованы у детской аудитории.

В настоящее время клубные учреждения должны иметь тесные творческие связи со школами, библиотеками, музеями, общественными организациями. Совместные социально-культурные проекты с другими учреждениями культуры способствуют созданию положительного имиджа клубного учреждения и, соответственно, стимулируют активность населения в посещении клубных мероприятий.

Особое внимание в деятельности клубных учреждений следует уделять подростковой и молодежной аудитории. Конечно, интерес к тем или иным видам культурных занятий зависит от возрастной группы, пола, места проживания – город или село. В последние годы сдерживающим фактором активности молодежи в культурно-досуговой деятельности стала дороговизна билетов и услуг на культурные программы, концерты, спектакли и т.д. Тем не менее наиболее динамичной, подвижной и активно включенной в досуговую деятельность является молодежная категория.

Подвергаются трансформации традиционные клубные формы организации культурно-досуговой деятельности населения. Они становятся многофункциональными. Например, проведение выставочной деятельности в настоящее время дополняется такими формами, как показы коллекций одежды, слайд-шоу, мастер-классы по различным видам декоративно-прикладного искусства. Исследования подтверждают, что такие формы выставочной деятельности пользуются неизменной популярностью у посетителей клубных учреждений, поскольку преподносятся по-новому, позволяют людям самим проявить свое творчество и активность. В проведении тематических клубных про-

грамм для разных групп населения целесообразно использовать элементы интерактивного социального театра, когда перед зрителями на импровизированной сцене разыгрываются проблематичные ситуации, позволяющие впоследствии подключить к их обсуждению весь зал, дать им возможность стать активными участниками. Также целесообразно при проведении тематических программ для подростков и молодежи, посвященных здоровому образу жизни, патриотическому, экологическому направлению, использовать принцип «равный обучает равного». Сущность этого принципа заключается в том, что вести программу поручают молодым волонтерам из общественных организаций или подготовленным ровесникам участников программ. Молодые люди (особенно подростки) склонны больше доверять своим ровесникам, поэтому такие программы позволяют молодым участникам и зрителям найти общий контакт быстрее и погрузиться в предлагаемую тему более активно. Одной из самых популярных форм молодежного досуга остается дискотека. Но в настоящее время она видоизменяет ставшие уже традиционными дископрограммы, превращая их из ординарных танцевальных вечеров в тематические дискотеки. Их особенность заключается в том, что их содержательная структура наполнена информационно-познавательными зрелищными технологиями: например, тематические дискотеки, посвященные творчеству определенных (знаковых) музыкальных групп или исполнителей.

Идея multifunctionality клубных учреждений и мобильности в обслуживании отдаленных районов в последние годы воплощается в практике социокультурной деятельности городов и поселков.

Назрела необходимость создания республиканского информационно-методического центра по координации деятельности всех клубных учреждений страны, а также по их методической поддержке. Это позволит создать условия для полноценного обмена информацией, методическими изданиями, наладить выпуск в электронном варианте информационно-аналитических материалов по проблемам развития и оптимизации деятельности клубных учреждений. Единый республиканский информационно-методический центр сможет выступить главным координатором культурного развития регионов страны, он придаст разным социокультурным процессам устойчивый, ста-

бильный характер, обеспечит надежную поддержку народному творчеству и культурно-творческим инициативам населения, будет активно содействовать укоренению в практику лучшего опыта работы, современных методик и новых технологий организации социокультурной деятельности, повышению качества профессионального мастерства.

Клубные учреждения реализуют основные цели государственной культурной политики, создают условия для сохранения и трансляции культурных ценностей, предоставляют населению возможность занятий социально-культурной деятельностью. В Республике Беларусь идет интенсивный процесс реорганизации и оптимизации работы учреждений культуры клубного типа, идет поиск оптимальных моделей.

Процесс реформирования и оптимизации сети и структуры клубных учреждений страны осуществляется по двум направлениям: реорганизации и объединения там, где это необходимо и обусловлено, и перепрофилирования, формирования новых типов учреждений культуры районного и сельского уровней, что позволяет решать две практические задачи: наиболее эффективно реализовывать государственную политику в области национально-культурного возрождения и совершенствования действующей сети клубных учреждений.

Государственное учреждение культуры, где бы оно ни располагалось – городе или селе – это элемент имиджа государства. Государство только через свои учреждения культуры может проводить политику в области общенациональной культуры. Клубные учреждения должны быть доступны для всех социальных слоев общества, обеспечены правовой и экономической защищенностью, обладать эстетической привлекательностью для посетителей, современной технической оснащенностью, содержательным разнообразием культурно-досуговых услуг.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Каковы сущность, направления и виды деятельности клубных учреждений?
2. Какова типология клубных учреждений в Республике Беларусь?
3. Дайте характеристики основным клубным учреждениям (сельский клуб, Дом культуры, центр ремесел, Дом фольклора и др.).

4. В чем сущность информационно-методического обеспечения деятельности клубных учреждений?

5. Чем характеризуется деятельность клубных учреждений в Беларуси на современном этапе?

Литература

1. Аксюцік, М. І. Сацыяльна-культурная дзейнасць : вучэб.-метадыч. дапаможнік / М. І. Аксюцік. – Мінск : Ін-т сучасных ведаў, 2003. – 104 с.

2. Макарава, А. А. Сацыяльна-культурныя пераўтварэнні ў дзейнасці сучасных клубных устаноў / А. А. Макарава // Інфармацыйныя матэрыялы да рэспубліканскага семінара «Новыя падыходы да праблем сельскай культуры» (Мінск, 14–15 сн. 2000 г.). – Мінск : БелПК, 2001. – С. 29–50.

3. Макарава, А. А. Клубныя ўстановы як суб'ект рэалізацыі прыярытэтаў дзяржаўнай культурнай палітыкі / А. А. Макарава // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры. – 2003. – № 2. – С. 89–96.

4. Макарова, Е. А. Социально-культурная деятельность : состояние и особенности развития / Е. А. Макарова // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры. – 2008. – № 10. – С. 86–92.

5. Каменец, А. В. Деятельность клубных учреждений в современных условиях : учеб. пособие / А. В. Каменец. – М. : МГУК, 1997. – 41 с.

6. Смаргович, И. Л. Реформирование и оптимизация деятельности клубных учреждений Беларуси / И. Л. Смаргович // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. ст. – Минск : Белорус. гос. акад. музыки, 2011. – Вып. 5. – С. 463–469.

2.4. Деятельность клубных формирований

Клубное формирование – добровольное досуговое объединение людей, основанное на общности интересов, запросов и потребностей в занятиях любительским художественным, спортивным, техническим и общественным творчеством, в совместной творческой деятельности, способствующей развитию дарований его участников, освоению и созданию ими культурных ценностей, а также на единстве стремления людей к получению актуальной информации и прикладных знаний в различных областях общественной жизни, культуры, литературы и искусства, науки и техники, к овладению полезными навыками в области культуры быта, здорового образа жизни, организации досуга и отдыха.

Клубными формированиями являются коллективы, кружки и студии любительского художественного и технического

творчества; любительские объединения и клубы по интересам; школы и курсы прикладных знаний, умений и навыков; физкультурно-спортивные кружки и секции, группы здоровья и туризма, а также другие формирования творческого, просветительского, физкультурно-оздоровительного и иных направлений, соответствующих основным принципам и видам деятельности клубного учреждения. В рамках своей деятельности клубные формирования:

- организуют систематические занятия в формах и видах, характерных для данного клубного формирования (репетиция, занятие, урок и др.);

- проводят творческие отчеты, концерты, выставки, конкурсы, соревнования, показательные и открытые занятия, творческие лаборатории, мастер-классы и др.;

- участвуют в мероприятиях учреждения;

- принимают участие в городских, районных, международных фестивалях, смотрах, конкурсах, выставках и т.п.

К клубным формированиям относятся:

- 1) любительские объединения досугового общения;

- 2) коллективы любительского художественного творчества;

- 3) учебно-тренировочные досуговые объединения.

Любительские объединения досугового общения (клубы по интересам, любительские объединения) – это организационно оформленные добровольные объединения людей, занятых социально полезной деятельностью с целью удовлетворения разнообразных духовных запросов и интересов в сфере свободного времени. Целью их участников является общение с единомышленниками.

Клубы по интересам – клубные формирования, создаваемые с целью организации общения людей с устойчивым интересом к какому-либо предмету или явлению (клубы любителей кино, театра, музыки; литературные, туристические клубы, клубы собаководов и др.).

Любительские объединения – это клубные формирования, объединяющие людей с глубоким интересом к общему занятию, характеризующиеся преобладанием (среди учебных форм самообразования, обмена знаниями и умениями) процесса накопления информации, изготовления предметов, имеющих культурное и прикладное значение, ведущие активную просветительскую работу среди населения. Понятия «клуб по интере-

сам» и «любительское объединение» стали практически синонимами, учитывая специфику их деятельности, базирующуюся на общности людей по социальному, возрастному статусу либо интересу к какому-либо предмету или явлению. Любительские объединения и клубы по интересам развиваются по целому ряду направлений, что дает основание для их примерной классификации:

- общественно-культурные (клубы воинов-интернационалистов, ветеранов различных войн, клубы интеллигенции, военно-исторические);

- художественно-творческие (клубы любителей театра, кино, музыки, поэзии, фольклора, караоке-клубы, музыкально-поэтические, литературные клубы и др.);

- историко-краеведческие (клубы любителей истории, средневековой культуры, исторической реконструкции, рыцарские клубы, клубы краеведения и др.);

- культурно-развлекательные (игровые, виртуальные, пейнтбольные клубы, клубы ролевых игр, любителей путешествий и др.);

- научно-технические (клубы любителей конструирования и моделирования, старинных автомобилей, изобретателей, рационализаторов и др.);

- спортивно-оздоровительные (туристические, спортивные, рыболовные, байкерские клубы, клубы футбольных, хоккейных «болельщиков», любителей бега, йоги, дыхательной гимнастики, восточной медицины и др.);

- коллекционно-собираТЕЛЬские (клубы коллекционеров и собирателей: филателистов, фонофонистов, нумизматов и др.);

- семейно-бытовые (клубы молодой семьи, многодетных семей, любителей домоводства, правильного питания, рукоделия и др.);

- профессиональные (клубы бизнесменов, писателей, поэтов, учителей, железнодорожников и др.);

- социально-демографические (клубы детские, подростковые, молодежные, женские, мужские, ветеранов, инвалидов и др.);

- экологические, природоведческие, естественно-научные (клубы любителей кошек, собак, клубы птицеводов, пчеловодов, виноградарей, садоводов и огородников, любителей физики, химии, астрономии) и др.

Деятельность любительских объединений и клубов по интересам осуществляется:

- за счет бюджетного финансирования базового культурно-досугового учреждения;

- по принципу частичной самокупаемости, с использованием средств базового культурно-досугового учреждения, членских взносов участников и средств от собственной деятельности;

- по принципу полной самокупаемости с использованием средств участников клубного формирования (членских взносов), средств от собственной деятельности и иных средств.

Любительские объединения и клубы по интересам способствуют организации содержательного досуга населения, создают благоприятные условия для общения, участвуют в пропаганде достижений отечественной и мировой культуры, литературы, искусства, науки, формируют мировоззрение, воспитывают эстетический вкус, прививают навыки самоуправления и самообразования, развивают инициативу и предприимчивость.

Любительское художественное творчество – уникальное социально-культурное явление, включающее в себя создание и (или) исполнение художественных произведений силами любителей, выступающих коллективно (кружки, студии, коллективы) или в одиночку, индивидуально (певцы, чтецы, музыканты, танцоры и др.).

Любительский коллектив создается из физических лиц, совместно занимающихся художественным творчеством на общественных началах в свободное время, за исключением руководителя, который работает на профессиональной основе. Статус коллектива любительского художественного творчества подтверждается паспортом любительского коллектива. По составу участников – это взрослые и детские коллективы.

Деятельность коллективов любительского художественного творчества основана на общности художественных интересов в каком-либо виде любительского искусства:

- театрального (театральные кружки, студии, фольклорные, драмы и комедии, кукольные, пластические театры и пр.);

- вокально-хорового (вокальные кружки и студии, сольное пение, вокальные ансамбли, хоры академического пения, камерные хоры, ансамбли народной песни и т.д.);

– хореографического (танцевальные кружки, студии, группы, ансамбли народного, классического, бального, эстрадного и современного танца и пр.);

– инструментального (духовые оркестры, брас-шоу ансамбли, оркестры народных инструментов и ансамбли народной музыки, эстрадные, эстрадно-симфонические оркестры, ансамбли старинной музыки, инструментальные ансамбли самого различного состава);

– декоративно-прикладного и изобразительного (соломоплетение, лозоплетение, художественная резьба по дереву, камню, кости, роспись по стеклу и ткани, кузнечное дело, керамика, вышивка, макраме, вытинанка – художественное вырезание из бумаги, бисероплетение и др.);

– циркового (цирковые кружки, студии, любительские цирковые коллективы);

– фотовидеолюбительства (фотокружки, фотостудии, любительские киностудии и пр.).

Коллективы и клубы по интересам, которые достигли высокого исполнительского мастерства, изучают, возрождают и сберегают региональные особенности белорусского вокального, музыкального, хореографического искусства, популяризуют произведения белорусских композиторов и мировую художественную культуру, регулярно выступают перед зрителями, участвуют в фестивальном движении, популяризуют национальное искусство за пределами страны, удостоиваются почетных званий – «народный», «образцовый» любительский коллектив. Коллективам, представляющим художественную ценность для региона и республики, которые вносят весомый вклад в сохранение и приумножение культуры, присваивается почетное звание – «заслуженный» любительский коллектив [6]. Народный (образцовый) коллектив – коллектив любительского творчества, достигший высокого уровня художественного мастерства, ведущий активную исполнительскую и просветительскую деятельность, которому присуждено (подтверждено) почетное звание «народный коллектив», «образцовый коллектив» в соответствии с действующим законодательством. Взрослым коллективам присваивается звание – «народный» коллектив любительского художественного творчества. Детским коллективам присваивается звание – «образцовый» коллектив любительского художественного творчества.

Третий вид клубных формирований – *учебно-тренировочные досуговые объединения*, главной целью которых является результат обучения участников художественным, техническим или спортивно-оздоровительным навыкам и умениям. Это кружки, студии, курсы.

Кружок – клубное формирование, в котором творческо-исполнительская деятельность предваряется учебно-тренировочными занятиями, составляющими преобладающую часть всех занятий (к примеру, вокальный, театральный, танцевальный, шахматный, краеведческий кружок, кружок игры на гитаре и т.д.). Для кружка характерны небольшой количественный состав участников, отсутствие подготовительных групп. Кружки могут создаваться по всем жанрам и видам любительского творчества, декоративно-прикладного и изобразительного искусства, а также по всем направлениям развития подрастающего поколения (патриотический, экологический, интеллектуальный, спортивный и т.п.). По возрастному составу кружки могут быть как для взрослых, так и для детей (взрослый кружок эстрадного пения, моделирования одежды, взрослый и детский кружок аэробики, флористики, рисунка и живописи). Руководит кружком специалист-педагог, значительно превосходящий участников по подготовке.

Курсы – клубные формирования, задача которых – обучение людей прикладным навыкам и умениям; на курсах – периодически обновляемый состав участников (курсы обучения технике народных ремесел, игре на музыкальных инструментах, кройки и шитья, фотокурсы, актерские курсы и др.).

Студия – клубный коллектив с преобладанием в содержании работы учебно-творческих занятий; это учебно-образовательный тип досугового коллектива, специализирующегося на одном из жанров, видов искусства; клубное формирование, сочетающее в своей работе учебные, экспериментальные и производственные задачи. Наиболее распространены художественные студии: театральные, хореографические, музыкальные, вокальные, эстрадные, изобразительного и декоративно-прикладного искусства, цирковые и др.

Клубные формирования являются формой творческой самореализации людей разных возрастных и социальных категорий.

Это творческие лаборатории, где личность обогащается новыми знаниями и умениями, развивает свои коммуникативные способности. В нашей стране в кружках, студиях, клубах, коллективах занимается огромное количество людей. Деятельность в клубных формированиях помогает им стать всесторонне развитыми и целеустремленными личностями, обогащает их социальный и культурный опыт.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Раскройте понятие «клубные формирования».
2. На какие виды делятся клубные формирования?
3. Назовите направления деятельности любительских объединений и клубов по интересам.
4. Дайте характеристику деятельности коллективов любительского художественного творчества.
5. Каков жанрово-видовой состав любительского художественного творчества?
6. Чем отличается деятельность кружков, студий, курсов?

Литература

1. *Аксюцік, М. І.* Сацыяльна-культурная дзейнасць : вучэб.-метаад. дапаможнік / М. І. Аксюцік. – Мінск : Ін-т сучасных ведаў, 2003. – 104 с.
2. *Аматарская* мастацкая творчасць: пытанні тэорыі і практыкі : зб. арт. / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск : ІВЦ Мінфіна, 2009. – 152 с.
3. *Любительское* художественное творчество в России XX века : словарь / под ред. Т. Сухановой. – М. : Прогресс-Традиция, 2010. – 496 с.
4. *Макарава, А. А.* Аматарская мастацкая творчасць : стан і тэндэнцыі развіцця / А. А. Макарава // *Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў.* – 2005. – № 5. – С. 67–74.
5. *Павышэнне* ролі клубных устаноў у сацыякультурным жыцці рэгіёнаў : матэрыялы Рэсп. навук.-практ. канф. (22–23 ліст. 2006 г., г. Мінск). – Мінск : БелДППК, 2006 г. – 168 с.
6. *Сивурова, Л. П.* Любительское художественное творчество / Л. П. Сивурова // *Современная Беларусь : энцикл. справочник.* В 3 т. Т. 3 : Культура и искусство / редкол.: М. В. Мясникович [и др.]. – Минск : Беларус. наука, 2007. – С. 683–729.
7. *Современные* технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

2.5. Основные тенденции развития культурно-досуговой сферы в Беларуси на современном этапе

Современное развитие культурно-досуговой сферы и ее учреждений, организаций, предприятий происходит на фоне существенных преобразований во всех сферах жизни белорусского государства. В условиях, когда общество переживает непростой период социокультурной трансформации, на первый план выдвигаются проблемы активности человека, формирования его культурной компетентности, готовности к самостоятельному жизненному выбору. Развитие социально активной личности немислимо без освоения ею культуры как условия самоорганизации и саморазвития. В связи с этим возникает необходимость изыскания эффективных средств для осуществления процесса стимулирования социально-культурной активности личности. Немаловажную роль в этом процессе играет культурно-досуговая сфера. Ее развитие является необходимым условием повышения уровня и качества жизни населения и выполняет активную роль в экономическом росте страны. Данная сфера обеспечивает воспроизводство и поддерживает качество трудовых ресурсов, создающих базу для социально-экономического развития. В этой связи представляется важным и необходимым для специалистов-менеджеров социально-культурной сферы обладать знаниями об основных путях, перспективах, тенденциях развития профессиональной сферы. Основными тенденциями развития культурно-досуговой сферы в нашей стране на современном этапе можно считать следующие:

1. Коммерциализация культурно-досуговой сферы, создание широкой и разветвленной сети платных культурных и досуговых продуктов и услуг. Практически любой выбор формы проведения досуга требует определенных материальных затрат: например, обучение видам деятельности, посещение зрелищ, пользование спортивными сооружениями и т.д. Отрицательный аспект данной тенденции заключается в том, что на рынке досуговых товаров и услуг первостепенное значение приобретает заинтересованность не столько в развитии человека, сколько в продаже досуговых товаров и услуг за максимальную цену.

2. Создание новых перспективных моделей культурно-досуговых учреждений и перепрофилизация ранее унифицированных учреждений в соответствии с региональной спецификой и потребностями населения. По всей стране работают новые типы учреждений культуры: клубы-музеи, эколого-культурные центры, клубы-библиотеки, культурно-досуговые центры, центры социально-культурных услуг, киноконцертные центры, спортивно-образовательные центры с филармоническими площадками и т.п. Подобного рода учреждения позволяют специалистам культурно-досуговой сферы оказывать масштабное и адресное воздействие на различные слои и группы населения.

3. Наблюдается новый виток интереса к национальной культуре. В культурно-досуговой сфере это выражается в участии населения страны в различных фестивалях народного творчества, народных праздниках, увлечениях традиционными видами народных промыслов и ремесел. Любительские художественные коллективы регулярно участвуют в туристических программах. В этой связи клубным учреждениям рекомендуется разрабатывать культурно-досуговые проекты и программы с учетом туристической привлекательности региона, проводить смотры-конкурсы туристических маршрутов среди сельских клубов и Домов культуры.

4. Создание многофункциональных культурно-досуговых центров, на территории которых могут одновременно располагаться и функционировать кинозалы, галереи, зоны игровых автоматов, диско-клубы, игровые клубы, бары, кафе, рестораны, спортивные площадки и др. Сегодня популярна и оправдана многофункциональность (мультиплексность) как принцип сочетания разных видов деятельности для разных групп – компаний, друзей, семей, молодежи, подростков и т.д. Такова идея развлекательных комплексов, где и кино можно посмотреть, и на коньках покататься, и в боулинг поиграть и т.д.

5. В стране ведется активное строительство новых объектов культурно-досуговой инфраструктуры, что соответствует возрастающим культурно-досуговым потребностям населения. Так, в частности, за последние годы в Беларуси введены в эксплуатацию такие центры, как многопрофильный культурно-спортивный комплекс «Минск-Арена» (г. Минск), культурно-развлекательный комплекс «Корчма» под Могилевом (включая

музей под открытым небом «Белорусская деревня XIX века», культурно-развлекательный центр (г. Бобруйск), туристические культурно-развлекательные центры и др. Строится спортивно-культурно-развлекательный комплекс «Чижовка-Арена» (г. Минск), планируется строительство многофункционального культурно-этнографического комплекса «Беларуская спадчына» (г. Минск), самого большого аквапарка страны (г. Минск), культурно-развлекательных комплексов в городах Витебск и Гомель и т.п.

6. Использование инновационных интерактивных культурно-досуговых проектов и программ для привлечения посетителей и создания нового имиджа учреждений культуры. В этом отношении показательна культурно-досуговая деятельность музеев: на их площадках проходят костюмированные балы с аниматорами, концерты классической музыки, авторов-бардов, интерактивные экскурсии, фотосессии молодоженов, арттерапия (экскурсии для беременных), экскурсии в 3D-формате, дифференцированные экскурсии для разновозрастных групп. Более 10 лет в Беларуси осуществляется музейный проект «Ночь музеев». Проект разрабатывался с целью создания нового актуального имиджа музеев, а также с целью привлечения внимания к музеям молодого поколения. Подобные проекты внедрились в свою деятельность и библиотеки. Особой популярностью в последнее время пользуются сюжетно-ролевые игры как инновационные культурно-досуговые формы.

7. Трансформация традиционных форм организации культурно-досуговой деятельности населения, которые становятся многофункциональными и эклектичными. Например, проведение выставочной деятельности в настоящее время дополняется такими формами, как показы коллекций одежды, слайд-шоу, мастер-классы по различным видам декоративно-прикладного искусства. Формы культурной жизни необходимо в том числе «выносить» на улицы, открытые пространства и на новые досуговые площадки – это могут быть уличные театральные показы, вернисажи, музыкальные выступления (например, в нашей стране реализуется успешный проект «Вечера в Мирском замке» – разножанровые концертные программы у стен Мирского замка). В демонстрации искусства можно использовать

игровые моменты, таким образом привлекая детей, подростков и молодежь.

8. Стандартизация культурно-досуговых услуг как следствие формирования и развития мировой культурно-досуговой инфраструктуры. В качестве компонентов глобальной инфраструктуры выступают следующие информационно-культурные коммуникации разных видов: телекоммуникационные системы, кинопроизводство, радио- и музыкальная индустрия, международный туризм, компьютерные сети. Они обеспечивают распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, рекламы, культурно-художественной информации и образовательных материалов [1, с. 119].

9. Сочетание спроса как на стереотипные культурные и досуговые продукты и услуги, так и на досуг альтернативного характера. Распространенная ситуация с качественным, комфортным, но предсказуемым отдыхом устраивает не всех, поэтому сохраняется высокий спрос на такие виды культурно-досуговой деятельности, которые позволили бы добиться многообразия и новизны досуговых занятий, а также реализовать активный потенциал самих отдыхающих. В этой связи наблюдается появление новых видов досуга, расширение активных видов отдыха и рекреации. В связи с распространением урбанистических форм существования и попытками горожан уехать хотя бы в период отпуска из городов на природу популярными становятся альтернативные виды туризма – деревенский туризм, агро- и экотуризм.

10. Одомашнивание досуга: дом для определенной части населения становится основным местом досуга. Досуговая индустрия заинтересована доставить свой товар потребителю на дом (телевизоры, компьютеры, DVD-проигрыватели, караоке-установки и т.д.). На современном этапе происходит массовое производство дешевых средств домашнего развлечения и отдыха. Данная тенденция опасна возможностью формирования пассивного потребителя. В этой связи культурно-досуговая сфера должна выступать своеобразным конкурентом «домашнему досугу», предоставляя человеку возможности погружения в культурно-досуговую среду.

11. Все более активное применение маркетинговых и рекламных технологий в деятельности учреждений культурно-

досуговой сферы. Специалисты СКС осознали необходимость изучать своего потребителя, исследовать мотивы его поведения, просчитывать конкурентоспособность своего «продукта», определять и разрабатывать наиболее эффективные способы продвижения культурных продуктов и услуг на рынок.

12. Технизация досуга – эта тенденция означает все более частое употребление автоматики и техники в процессе организации досуга (шоу-технологии, организация работы современных развлекательных парков, внедрения технических новинок в домашний досуг и др.). Во всем мире появляются новые тематические парки, в которых в огромном количестве используются электроника, компьютерная графика и спецэффекты. Организация досуга индустриального типа невозможна без опоры на технику и автоматы. Вместе с тем содержание современного досуга, все в большей степени определяясь технизацией, сокращает долю самодеятельного творчества. Избыточный уровень технизации досуга порождает издержки, конфронтирующие с сущностью культурно-досуговой деятельности [1, с. 122, 124]. Техника и правила игры нередко лишают человека возможности проявить себя, сделать свой выбор. Излишняя технизация многих видов досуговых занятий может породить неблагоприятные социально-психологические эффекты. В этой связи увеличивается спрос на альтернативные виды досуговых занятий, позволяющих человеку проявлять творчество и самодеятельность в полном смысле этого слова.

13. Тенденция «усмирения», «умиротворения» – такой процесс воздействия со стороны досуговой сферы на человека или социальную группу, когда происходит снятие социального стресса или усмирение природной агрессивности. В таких видах досуга, как игровая деятельность, просмотры фильмов, участие в спортивных зрелищах, прослушивание музыки, глубокие негативные эмоции «выходят» относительно приятными способами. Но есть и отрицательный аспект в данном процессе – определенные фильмы и музыка могут подстегнуть и спровоцировать агрессивность человека.

14. Формирование основных звеньев мировой культурно-досуговой инфраструктуры, которая складывается из отдельных звеньев в странах, расположенных на разных континентах и

участвующих в международном обмене культурными товарами и досуговым сервисом. В качестве компонентов глобальной инфраструктуры выступают следующие информационно-культурные коммуникации разных видов: телекоммуникационные системы, кинопроизводство, радио- и музыкальная индустрия, компьютерные сети, международный туризм. Они обеспечивают распространение по всему миру продукции массовой культуры, компьютерных игр, рекламы, культурно-художественной информации и образовательных материалов [1, с. 119].

15. Развитие культурно-досуговой индустрии как системы производства, распространения и продажи культурно-досуговых товаров и услуг. Культурно-досуговая индустрия выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы.

В ближайшей перспективе можно прогнозировать развитие в Беларуси творческих индустрий как нового типа социально-культурных практик, интегрирующей доминантой в которых выступает творческая, культурная компонента. В соответствии со сложившимися на сегодня концепциями и подходами к творческим индустриям относят деятельность в области визуальных и исполнительских искусств; ремесел и дизайна; кино, телевидения и медиа. Развитие творческих индустрий выступает как один из весомых факторов социально-экономического развития территорий, городов, стран и регионов мира в условиях новой постиндустриальной экономики.

В последние годы наблюдается динамичное развитие культурно-досуговой сферы Беларуси, которая представлена большим количеством учреждений и предприятий. Организаторы культурно-досуговой деятельности, действуя в соответствии со знаниями о новейших тенденциях развития сферы, смогут вывести ее на новый качественный уровень.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Почему для специалистов-менеджеров СКС необходимо знание о тенденциях развития культурно-досуговой сферы?
2. Охарактеризуйте тенденцию коммерциализации КДС.

3. Перечислите направления развития культурно-досуговых учреждений на современном этапе.

4. Что входит в структуру мировой культурно-досуговой инфраструктуры?

Литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. *Зеленцова, Е.* Творческие индустрии. Теории и практики / Е. Зеленцова, Н. Гладких. – М. : Классика – XXI, 2010. – 240 с.

3. *Новаторов, В. Е.* Современные технологии культурно-досуговой деятельности : состояние, проблемы, перспективы развития / В. Е. Новаторов // Вестник Омского университета. – 1999. – Вып. 3. – С. 109–114.

4. *Смаргович, И. Л.* Основные тенденции развития культурно-досуговой сферы в Беларуси на современном этапе / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2012. – № 1. – С. 81–86.

Раздел 3

ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАЗНЫХ КАТЕГОРИЙ НАСЕЛЕНИЯ

Важнейшим принципом культурно-досуговой деятельности является дифференцированный подход к различным слоям населения. Этот принцип означает организацию культурно-досуговой деятельности с учетом специфических особенностей различных социально-демографических групп населения (возрастных, гендерных, социальных, профессиональных, регионально-территориальных и др.) как одного из необходимых условий воздействия на аудиторию, удовлетворения их социально-культурных потребностей в сфере досуга и достижения поставленных целей. Социально-демографические группы – это общности людей, объективно складывающиеся на основе единых социально-демографических признаков, например по полу (мужчины и женщины), возрасту (дети, молодежь, люди среднего возраста, пожилые).

Одним из самых распространенных подходов является учет возрастных особенностей обслуживаемого населения. Интересы и запросы разных возрастных групп населения существенно различаются. Поэтому очень важно при организации культурно-досуговой деятельности учитывать именно возрастные особенности населения. Чтобы культурно-досуговую деятельность организовывать грамотно, целесообразно и целенаправленно, специалистам учреждений культурно-досуговой сферы следует всесторонне изучать и знать свой социум, его особенности, нужды и запросы.

Всю реальную и потенциальную аудиторию культурно-досуговых учреждений принято делить на следующие возрастные группы: дети, подростки, молодежь, люди среднего возраста, пожилые люди; отдельно выделяют семью как объект воздействия.

Помимо возраста, семейного положения и социального статуса, существуют другие критерии, которые позволяют сегментировать потребителей досугового сервиса, в наибольшей степени учитывая многообразные особенности досуговых предпочтений и запросов. Например, организуется корпоративный досуг представителей какой-либо отрасли (медицинские работ-

ники, педагоги, экономисты и т.д.), конкретного вида бизнеса, персонала фирмы и т.п. Дифференцированный подход необходим и по половым признакам. Зачастую интересы мужчин и женщин в культурно-досуговой сфере разнятся. Для женщин создаются женские клубы, спортивно-оздоровительные группы гимнастики, восточной медицины, кружки и клубы восточного танца, курсы кройки и шитья, ведения домашнего хозяйства и т.п. Мужчины посещают клубы автолюбителей, охотников и рыболовов, спортивных «болельщиков»; самостоятельно создают байкерские, спортивные клубы и др.

Важным фактором является также учет места проживания потребителей досуговых услуг: жители крупного, среднего или небольшого города, поселка или села. Предпочтения жителей города и села заметно разнятся в силу и культурных традиций, и наличия определенной культурно-досуговой инфраструктуры. Культурно-досуговое учреждение на селе зачастую является единственным местом досуга и культуры в населенном пункте, в то время как в городе существует множество альтернатив в виде и социально-культурных учреждений, и культурно-досуговых.

Для оптимального решения задач организации культурно-досуговой деятельности населения в конкретном регионе, районе, городе необходимо изучать:

- социально-экономические характеристики района/города;
- культурные возможности района/города, насыщенность его культурно-досуговыми и социально-культурными учреждениями;
- социальный и возрастной состав населения района/города;
- положение в культурно-досуговой работе в учебных и трудовых коллективах района/города;
- общие тенденции увлечений, потребностей разных категорий населения.

3.1. Организация культурно-досуговой деятельности детей

В контексте изучаемой дисциплины детским принято считать возраст до 11–12 лет. Культурно-досуговая деятельность оказывает большое влияние на процесс развития личности ребенка; она предоставляет условия для духовного развития до-

школьника и школьника, укрепления нравственного и физического здоровья, развития творческих способностей ребенка, его саморазвития и самосовершенствования. Ведь именно культурно-досуговая деятельность вбирает в себя неотъемлемые ценности современной культуры, выражает интересы современного человека, реализует гуманные установки общества по обеспечению прав и свобод человека.

Вопросами развития личностных качеств ребенка в процессе культурно-досуговой деятельности занимались И. Н. Ерошенков, Т. С. Комарова, М. Б. Зацепина, Т. М. Полевая, А. Ф. Воловик, Е. А. Леванова, Н. Е. Щуркова, С. Б. Мойсейчук, С. А. Валаханович, И. А. Малахова, О. А. Филистович, О. В. Рогачева, О. Ю. Михалева и др.

Как показала практика, особую чувствительность к различного рода влияниям, как положительным, так и отрицательным, имеют дети младшего школьного возраста. Именно этот возраст характеризуется процессом усиленного развития и обучения.

Глубокие изменения, происходящие в личности младшего школьника, свидетельствуют о широких возможностях развития ребенка на данном возрастном этапе. В течение этого периода на качественно новом уровне реализуется потенциал развития ребенка как активного субъекта, познающего окружающий мир и самого себя, приобретающего собственный опыт деятельности и поведения в этом мире.

Важные задачи по развитию личности ребенка способны решать культурно-досуговые учреждения. Ведь именно там дети могут достигнуть расцвета своих способностей, расширения диапазона интересов. Культурно-воспитательная деятельность в учреждениях культуры и досуга непосредственно связана с формированием духовного мира личности, становлением и развитием мировоззрения ребенка. В процессе организации культурно-досуговой деятельности у детей развиваются морально-нравственные основы, интеллект, воображение, освоение норм жизни взрослых и т.д. Они приобретают возможность творческого самовыражения и развития коммуникативных качеств.

Культуре досуга необходимо учить с детского возраста. Овладеть ею возможно только при целенаправленном, планомерном воздействии на подрастающее поколение.

Как отмечает О. А. Филистович, досуг младших школьников существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу специфических потребностей и присущих им психологических особенностей. Основные потребности этой возрастной группы – общение, выбор дела по интересу, эмоциональная разрядка и отдых, участие в лично значимых событиях и возможность самостоятельного решения проблем. Эти потребности наиболее полно могут быть реализованы в досуговое время. В основе его содержания – не только отдых и развлечения, но и разностороннее развитие [6, с. 88].

В работе, посвященной культурно-досуговой деятельности детей, О. Ю. Михалева отмечает, что создавая условия для развития личности и имея гуманистическую направленность, культурно-досуговая деятельность позволяет реализовать потребность ребенка в творческой работе, а также способствует удовлетворению его эстетических и художественных запросов. Также досуг важен для снятия эмоционального напряжения, гармонизации психологического состояния [5, с. 7].

Культурно-досуговая деятельность в существенной степени ответственна в части формирования характера ребенка, таких его качеств, как инициативность, уверенность в себе, сдержанность, мужественность, выносливость, настойчивость, искренность, честность и др. В процессе культурно-досуговой деятельности ребенку гораздо проще формировать уважительное отношение к себе, даже преодолеть личные недостатки.

Культурно-досуговая деятельность может стать важным фактором физического развития детей. Она способствует выходу из стрессов и мелких беспокойств, а также признается значительным арт-терапевтическим средством в предупреждении умственной отсталости и реабилитации детей с особенностями психофизического развития.

Культурно-досуговая деятельность детей младшего школьного возраста обладает следующими характеристиками:

- имеет ярко выраженные физиологический, психологический и социальный аспекты;
- основана на добровольности при выборе рода занятий и степени активности;
- способствует самовыражению, самоутверждению и саморазвитию личности ребенка через добровольно выбранные формы культурно-досуговой деятельности;

- способствует раскрытию природных талантов и приобретению полезных для жизни умений и навыков;
- стимулирует творческую инициативу детей;
- способствует формированию ценностных ориентаций ребенка;
- формирует социально значимые потребности личности и нормы поведения в обществе.

М. Б. Зацепина справедливо пишет о том, что культурно-досуговая деятельность рассматривается как приоритетное направление освоения ребенком многонациональной культуры страны, ее содержание наиболее полно раскрывается в процессе развлечений, праздника, самостоятельной творческой работы с художественным материалом [4, с. 8].

Однако сам по себе досуг не является показателем ценностей. Главное заключается в характере его использования, степени его социальной насыщенности. Культурно-досуговая деятельность может стать мощным стимулом для развития личности. Но ребенок зачастую не в состоянии сам освоить свободное время, и здесь на помощь ему должны прийти взрослые – родители и педагоги. Они могут и должны подсказать ребенку направления и формы развития в культурно-досуговой сфере, поддержать и стимулировать творческую активность ребенка.

Грамотная организация досуговой занятости рассматривается сегодня как альтернатива антисоциальному поведению. Дети в силу своих возрастных психологических особенностей готовы воспринимать все новое и непознанное, не задумываясь о последствиях. Когда нет положительной альтернативы, то свободное время может быстро заполниться вредными привычками. Именно поэтому основной задачей учреждений культуры должна стать организация культурно-досуговой занятости детей с учетом досуговых предпочтений этой категории населения.

Субъектами организации КДД детей в нашей стране выступают такие социальные институты, как семья, школа, учреждения культуры и досуга, учреждения дополнительного образования. В Республике Беларусь давно создана и успешно функционирует государственная система организации культурно-досуговой деятельности детей. В эту систему включены учреждения дополнительного образования (комплексы и центры вне-

школьной работы, Дворцы детей и молодежи, туристско-экологические центры, центры эстетического воспитания, Национальный центр художественного творчества детей и молодежи и пр.), клубные учреждения (Дворцы и Дома культуры, Дома фольклора, центры ремесел, досуга и т.д.), кинотеатры, парки культуры и отдыха, спортивные и культурно-спортивные комплексы. В процесс организации культурно-досуговой деятельности также включены театры, библиотеки, музеи – на их базах проводятся детские спектакли, конкурсы, фестивали, экскурсии, мастер-классы, детские праздники и другие мероприятия. Содержательная и целенаправленная работа по организации культурно-досуговой деятельности детей ведется на базах общеобразовательных школ в рамках внеклассной работы.

Наиболее распространенными формами организации культурно-досуговой деятельности детей можно назвать:

- кружки, студии, клубы, детские коллективы художественного творчества;
- конкурсы, фестивали;
- конкурсно-игровые программы;
- тематические программы (недели музыки, театра, литературы и пр.);
- интеллектуально-познавательные игры;
- игры-путешествия;
- викторины;
- театрализованные представления;
- культурно-спортивные программы;
- музыкально-развлекательные мероприятия (дискотеки);
- мастер-классы для детей по различным видам ремесел и др.

Центры дополнительного образования детей и молодежи в городах Беларуси, например, предлагают следующие художественные, спортивные и технические кружки, студии, клубы различной направленности, детские коллективы: танцевальные (народный, эстрадный, бальный танец), инструментальные (ансамбли, обучение игре на различных инструментах), театральные (театр кукол, театральная студия, театр пантомимы, музыкальный театр), вокально-хоровые (эстрадное пение, хоры, ансамбли), технические (робототехника, радиотехника, авиа-моделирование, конструирование автомототехники и реставрация, школы мототехники) – и цирковые объединения, кружки декоративно-прикладного и изобразительного искусства (рабо-

та с различными материалами, роспись по дереву и стеклу, соломоплетение, бисероплетение, вязание, моделирование, пошив одежды и др.), студии тематического развивающего обучения (реклама, программирование, компьютерная графика и дизайн, флеш-анимация, обучение языкам, этикет, средневековые ремесла, дизайн), спортивно-оздоровительные, туристические, эколого-краеведческие объединения. Особое место в организации культурно-досуговой деятельности детей занимают игры. Игра выступает как средство развития личности ребенка, развлечения, отдыха, общения, как психокоррекционное средство; посредством игры закладываются основы мировоззренческой системы ребенка. Целесообразно выделить основные виды игр, применяемых в практике культурно-досуговой деятельности детей. Это игры:

- спортивно-оздоровительные;
- «военизированные» (военно-патриотические);
- рекреационно-развлекательные;
- экологические;
- интеллектуально-познавательные;
- сюжетно-ролевые, имитационные, театрализованные;
- арт-терапевтические, а также техническое, изобретательское игровое творчество.

Можно констатировать, что сущностью культурно-досуговой деятельности детей является их творческое поведение в досуговой среде, обусловленное внутренними (потребностями, мотивами, установками, выбором форм и способов поведения) и внешними факторами (наличием культурно-досуговой инфраструктуры, активностью родителей и педагогов в стремлении организовать свободное время ребенка и т.д.).

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем заключается сущность дифференцированного подхода к организации культурно-досуговой деятельности населения?
2. Почему культурно-досуговая деятельность является средством развития личности ребенка?
3. Дайте общую характеристику культурно-досуговой деятельности детей.
4. Перечислите субъекты организации культурно-досуговой деятельности детей.

5. Назовите формы организации культурно-досуговой деятельности детей.

Литература

1. *Воловик, А. Ф.* Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М. : Флинта : Моск. психол.-соц. ин-т, 1998. – 240 с.
2. *Гимазетдинова, О. В.* Научно-педагогические основы организации досуга детей и подростков : теория, методика и организация культурно-просветительской деятельности / О. В. Гимазетдинова, В. К. Крючек ; М-во культуры Рос. Федерации, С.-Петербур. гос. ун-т культуры и искусств, Волгоград. гос. ин-т искусств и культуры. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2003. – 217 с.
3. *Зацепина, М. Б.* Организация культурно-досуговой деятельности дошкольников: учеб.-метод. пособие для вузов / М. Б. Зацепина. – М. : Педагог. о-во России, 2004. – 144 с.
4. *Зацепина, М. Б.* Формирование основ культуры ребенка средствами культурно-досуговой деятельности : автореф. дис. ... доктора пед. наук: 13.00.05 / М. Б. Зацепина ; МГОПУ. – М., 2005. – 44 с.
5. *Михалева, О. Ю.* Развитие креативности детей в условиях досуга (на примере изобразительной деятельности) : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / О. Ю. Михалева. – М., 2003. – 21 с.
6. *Филистович, О. А.* Специфика музыкально-досуговой деятельности в формировании творческой активности младших школьников / О. А. Филистович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2011. – № 2(16). – С. 87–91.

3.2. Организация культурно-досуговой деятельности подростков

Подростковый период (12–15 лет) – один из наиболее сложных в развитии человека. Как правило, в качестве основных психологических характеристик подростков являются следующие: неустойчивость настроения, поведения, колебания самооценки, тревожность. Этот возраст «богат» трудностями, конфликтами и осложнениями. Формирование тех или иных качеств личности, установок, взглядов и убеждений особенно важно в подростковый период. В этом возрасте происходят углубленная социализация и инкультурация человека, осознание себя членом определенного общества и культуры. Выделяются несколько важнейших институтов социализации подростков: родительская семья, школа, общество сверстников и средства

массовой коммуникации. Целесообразно добавить в этот ряд культурно-досуговые учреждения, которые оказывают колоссальное влияние на развитие личности подростка. Культурно-досуговая деятельность выступает как фактор самоутверждения, самовыражения и самореализации личности подростка. В качестве особенностей культурно-досуговой деятельности подростков отмечаются удовлетворение собственных потребностей и личных интересов, свободный выбор занятий, ориентация на творческое саморазвитие, формирование социально активной, позитивно настроенной личности.

Ведущее направление в досуге подростков занимают общение с друзьями, увлечение компьютерными и интернет-технологиями, прослушивание музыки, просмотр телевизионных передач, что свидетельствует о приоритете для них развлекательного досуга. Большинство подростков предпочитают проводить свой досуг на уровне пассивного потребления развлекательных программ, многие не умеют самостоятельно воспользоваться имеющимися возможностями для проведения содержательного досуга. К основным причинам этого явления можно отнести то, что взрослые не приучают ребенка с детства относиться к досугу как к источнику удовлетворения своих самореализационных потребностей и устремлений.

Досуговая деятельность подростка диктуется личностными потребностями, а интерес выступает в качестве доминирующего мотива. Досуговая активность или пассивность подростка в полной мере определяется только лишь наличием или отсутствием интереса к ней. Поэтому побуждение учащегося к тому или иному виду досуговой деятельности, как и включение в нее должны исходить из учета его интересов.

Досуг подростков – это время, где наиболее полно раскрываются потребности в самоутверждении, независимой от взрослых деятельности. Это время, когда подросток может в полной мере выразить свое творческое отношение к миру. Основными социально-культурными потребностями подростков в сфере досуга являются: общение со сверстниками, самовыражение, творческая самореализация, развлечения, спортивно-оздоровительные и познавательно-образовательные занятия. Многие досуговые предпочтения подростков построены на их интересе к музыке, спортивно-экстремальным развлечениям, желанию общаться с противоположным полом.

Культурно-досуговая деятельность для подростка – это вид деятельности, который выбирается самостоятельно, по интересу и собственному желанию; смена своего ролевого статуса, включающая новые условия общения и взаимодействия с обществом, а также возможность проявить свою инициативу и самостоятельность.

В культурно-досуговых учреждениях у учащихся нет «ученической репутации», личность оценивается по деятельности без стереотипов оценки учебных школьных успехов. Поэтому каждый подросток имеет возможность начать новый этап в своей жизни. Отсутствие боязни оказаться в числе отстающих создает психологически комфортные условия, раскрепощает подростков. Одобрение всех целесообразных способов культурно-досуговой деятельности подростка способствует его личностному росту, повышению самооценки. Удовлетворение социально-культурных потребностей и интересов учащихся в различных областях внешкольной деятельности, развитие их творческих способностей осуществляются через систему культурно-досуговых учреждений, в которую входят клубные учреждения (Дворцы и Дома культуры, центры ремесел и фольклора и пр.), учреждения дополнительного образования (Дворцы детей и молодежи, центры эстетического воспитания, центры внешкольной работы и пр.), летние оздоровительные лагеря и спортивные базы, кинотеатры, парки культуры и отдыха, культурно-спортивные комплексы и др. Большую содержательную работу по организации культурно-досуговой деятельности подростков осуществляют общеобразовательные школы и средние специальные учебные заведения (колледжи, техникумы, училища), при которых действуют кружки по интересам, студии, спортивные секции; проводятся фестивали и конкурсы любительского творчества учащихся, тематические вечера, дискотеки; организовываются подростково-молодежные акции, экскурсии, театрализованные представления и др.

Некоторая часть подростков оказывается не охваченной организованными формами КДД. Результаты исследований показывают, что существует ряд факторов невключенности подростков в процесс организованного проведения досуга. Это:

– факторы коммуникативно-психологического порядка, связанные с психологическими барьерами в отношениях (напри-

мер, нерешимость и стеснительность в общении с незнакомыми людьми);

- занятость пассивными формами КДД (компьютерные игры, просмотр телевизора, «ничего неделание» в свободное время);

- недостаточная информационная осведомленность подростков о деятельности культурно-досуговых и социально-культурных учреждений;

- недостаток времени, связанный с неумением правильно организовать распорядок дня и свободное время;

- экономические факторы, связанные с платностью некоторых видов культурно-досуговых услуг;

- неудовлетворенность деятельностью некоторых культурно-досуговых учреждений, которые не могут предоставить условия для развития творческих возможностей подростков.

Досуговое пространство предоставляет подростку широкие возможности для развития многих способностей (умственных, интеллектуальных, физических и др.). Главное для организатора культурно-досуговой деятельности – выстроить ряд задач, которые помогут развить эти способности. Специалисты выделяют основные задачи по организации свободного времени подростка:

- создание условий для развития и саморазвития;

- управление процессами развития (формирования) личности посредством создания необходимых для этого условий;

- целенаправленная деятельность по формированию ценностных ориентаций;

- восстановление и развитие физических данных (игры на воздухе, развлечения, соревнования);

- повышение интеллектуальных способностей, развитие памяти, мышления, логики (тесты, тренинги, КВНы, брейн-ринги);

- развитие коммуникативных качеств (диспуты, вечеринки, творческие мастерские);

- выявление и предоставление возможности проявления творческих способностей личности (участие в коллективах художественного творчества, выставки, конкурсы, смотры) [3].

Наиболее востребованными и педагогически целесообразными являются следующие формы организации культурно-досуговой деятельности подростков:

- клубы по интересам, кружки, студии, коллективы художественного творчества;
- конкурсы (литературных работ, декоративно-прикладного творчества и изобразительного искусства, командные тематические конкурсы);
- сюжетно-ролевые игры;
- познавательные ролевые игры;
- концерты, театрализованные представления;
- мастер-классы;
- конкурсно-игровые программы;
- интеллектуально-познавательные игры, КВН;
- музыкально-развлекательные программы, дискотеки;
- культурно-спортивные программы и мероприятия;
- театры моды;
- турслеты, экскурсии, походы, марш-броски.

Основные направления организации социально-культурной активности подростков в рамках досуга следующие:

- развитие коммуникативной культуры;
- развитие интеллектуальной культуры;
- развитие эстетической культуры;
- художественно-творческое направление;
- спортивно-оздоровительное направление;
- формирование правовой культуры.

Перспективными видами в организации КДД подростков выступают:

- современные музыка и танцы, игра на музыкальных инструментах;
- получение знаний и умений в области экономики, бизнеса, менеджмента, маркетинга, рекламы;
- интерес к изучению компьютерных основ, программирования, автомотодела, иностранных языков;
- изучение основ практической психологии;
- моделирование, конструирование одежды.

Культурно-досуговая деятельность становится эффективной основой развития личностных качеств, мировоззрения, ценностных установок, социально-культурных инициатив подростков, если способствует формированию широкого спектра социальных инициатив, отражающих реальную дифференциацию способностей и интересов конкретных подростков.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какова значимость культурно-досуговой деятельности в развитии личности подростка?
2. Перечислите субъекты организации культурно-досуговой деятельности подростков.
3. Каковы факторы невключенности подростков в процесс организованного проведения досуга?
4. Назовите задачи по организации свободного времени подростка.

Литература

1. *Ерошенков, И. Н.* Культурно-воспитательная деятельность среди детей и подростков : учеб. пособие для студентов вузов / И. Н. Ерошенков. – М. : ВЛАДОС, 2004. – 221 с.
2. *Кочеткова, В. Г.* Организация содержательного досуга детей, молодежи, взрослых : учеб.-метод. пособие / В. Г. Кочеткова. – Самара : СИПКРО, 2008. – 146 с.
3. *Современные технологии социально-культурной деятельности* : учеб. изд. / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.
4. *Титов, Б. А.* Социализация детей, подростков и юношества в сфере досуга / Б. А. Титов ; С.-Петербург. гос. акад. культуры, Рос. акад. образования, Центр социал. педагогики. – СПб., 1996. – 275 с.

3.3. Особенности культурно-досуговой деятельности молодежи

Современная социокультурная ситуация нашего общества требует переосмысления подходов к организации досуговой деятельности молодого поколения (16–30 лет). Досуг является важным средством развития личности молодого человека, его творчества, познания мира, общения и самосовершенствования. Досуг давно уже стал пространством активной социально-культурной деятельности молодого поколения, областью активной самореализации и самоактуализации молодежи, наконец, средством развития новых форм культуры. Использование свободного времени молодежью является ярким индикатором ее культуры, круга духовных потребностей и интересов конкретной личности или определенной социальной группы. Как справедливо замечает исследователь молодежного досуга

В. Я. Суртаев, для значительной части молодых людей культурные институты сферы досуга являются ведущими сферами социально-культурной интеграции и личностной самореализации. Однако все эти преимущества досуговой сферы деятельности пока еще не стали достоянием, привычным атрибутом образа жизни молодежи [9, с. 13].

Прежние средства, методы, формы работы с молодым поколением в сфере свободного времени пересматриваются, переосмысливаются. По причинам определенных социально-экономических трудностей, проблем различного рода в деятельности социально-культурных и культурно-досуговых учреждений, недостаточного внимания со стороны местных органов власти все большее распространение получают внеинституциональные формы досуговой деятельности молодого поколения, трансформируются старые формы, возникают инновационные технологии. Наиболее ярко эти процессы получают развитие в городской среде. С середины 1980-х гг. происходят значительные инновационные процессы в структуре и содержании досуговой деятельности молодежи. Анализ процессов, происходящих в сфере досуга молодежи Беларуси, будет способствовать выработке более эффективных и адекватных современным социально-культурным потребностям молодежи методов работы и сотрудничества с ней.

Изучение досуговой жизнедеятельности молодежи в нашей стране имеет меньшую историю, чем за рубежом. Это объясняется спецификой становления и развития в отечественной науке такой отрасли знания, как социология досуга. Однако интерес к проблемам молодежи носит постоянный и устойчивый характер в отечественной философии, культурологии, социологии, психологии, педагогике. Изучаются проблемы потребительского поведения молодежи, молодежного экстремизма, влияние виртуального пространства на сознание и поведение молодых людей. Свободный выбор досуговых занятий, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, познанием, творчеством, удовольствием, оздоровлением, осуществляется на основе интересов и потребностей молодого человека.

За последние годы активность молодых людей в сфере досуга приобрела новое качество. Углубляются инновационные процессы в сфере организации досуга населения. Наблюдается

небывалое прежде расширение видов, форм, субъектов культурно-досуговой деятельности. Характерно, что если прежде досуг четко дифференцировался в индивидуально-семейные (домашние) и клубные формы, то ныне возникла огромная по объему и богатая по структуре досуговая деятельность людей, осуществляемая вне сложившихся традиционных рамок. Во многих странах сложились разветвленные индустрии досуга. Российский профессор М. А. Ариарский, анализирующий и обобщающий процессы, происходящие в сфере досуга, пишет: «Практика показывает, что неформальная система организации досуга охватывает значительно большее число людей, чем формальная. Так называемый «неорганизованный» досуг по сравнению с организованным оказался несравненно более гибким, динамичным и оперативно реагирующим на складывающуюся социально-культурную ситуацию» [1, с. 6]. Реальное творчество разных групп молодежи, их интересы и потребности давно переросли рамки традиционных досуговых форм, предлагаемых большинством социально-культурных и культурно-досуговых институтов. Игнорирование реальных интересов и потребностей молодых людей в культурно-досуговой сфере приводит к возникновению стихийных объединений, деятельность которых протекает вне социального влияния и далеко не всегда способствует конструктивному развитию личности. Большинство же молодых людей стремятся рационализировать свой досуг в информационном, образовательном, эмоциональном, творческом, рекреативном плане, использовать в нем современные технологии.

Особенности культурно-досуговой деятельности молодежи во многом обусловлены теми сложными и противоречивыми процессами, которые происходят в условиях нарастающей урбанизации, развития научно-технического прогресса, кризиса основных институтов социализации, возрастающего разрыва между социальной и физиологической зрелостью учащихся [10, с. 21–22]. К тому же, как подсчитано, молодежь имеет в 2–3 раза больше свободного времени, чем люди зрелого возраста. Вот почему некоторые исследователи совершенно справедливо отмечают, что свободное время – проблема молодежная. Углубление инновационных процессов в структуре и содержании молодежного досуга заставляет по-новому исследовать те трансформации, которые происходят в культурно-досу-

говой сфере молодого поколения с конца 1980-х гг. вследствие изменений в социально-политической системе и ценностных ориентаций нашего общества.

Под досуговыми инновациями мы понимаем такие явления этой сферы жизнедеятельности, которых не было на предыдущих стадиях развития общества, но которые появились в данный период и нашли свое проявление либо в абсолютно новых формах досуговой деятельности, либо в трансформациях существовавших ранее форм, а также в условиях и последствиях этих изменений. При передаче традиций от поколения к поколению всегда имеются возможности для изменения их содержания. Это проявляется в устранении устаревших элементов или пополнении традиционных форм новым материалом, который более соответствует новым условиям. Нельзя, таким образом, отрицать естественные изменения в досуговом пространстве молодого поколения, обусловленные закономерными процессами. Но не всегда имеющие место изменения носят позитивный характер, а также не всегда молодежью и обществом в целом осознаются глубина и значимость этих изменений. На сегодня существуют определенные трудности и проблемы в организации досуговой деятельности молодого поколения. Основными противоречиями в организации культурно-досуговой деятельности молодого поколения являются следующие:

- усложнение форм и лексики современного искусства и культуры и отсутствие у большей части молодежи навыков их восприятия и усвоения;

- увеличение числа платных досуговых товаров и услуг и ограниченные финансовые возможности некоторой части молодежи;

- повышенная социально-культурная и субкультурная активность большей части молодого поколения и ограниченные возможности социально-культурных и культурно-досуговых институтов;

- увеличение объема свободного времени и отсутствие культуры его усвоения.

В процесс организации культурно-досуговой деятельности молодежи и предоставления досуговых товаров и услуг прямо или опосредованно включено множество социально-культурных и культурно-досуговых институтов: Дворцы и Дома культуры, центры ремесел, парки культуры и отдыха, театры,

кинотеатры, музеи и выставочные залы, библиотеки, туристические организации, культурно-развлекательные центры и комплексы, дискотекы, концертные организации, культурно-досуговые центры, студенческие клубы высших учебных заведений, филармонии, Дворцы детей и молодежи, центры и комплексы внешкольной работы, молодежные общественные организации (БРСМ, Лига добровольного труда молодежи, Белорусская ассоциация клубов ЮНЕСКО) и др.

Наиболее востребованными формами культурно-досуговой деятельности молодежи на сегодняшнем этапе являются: традиционные формы социально-культурной активности молодежи – фестивали, конкурсы (танцевальные, вокальные, граффити, ди-джеев и пр.), участие в любительских коллективах и группах (рок-группы, джаз-группы, танцевальные группы, театральные группы), конкурсно-игровые программы, интеллектуальные игры («Что?Где?Когда?», «Брейн-ринг»), интеллектуально-познавательные программы, летние лагеря отдыха и спорта, праздники, концерты, молодежные тематические акции, туризм, дискотеки, а также инновационные – ролевые и сюжетно-ролевые игры («Схватка», «Фотоохота», ролевые игры «толкиенистов»), КВН, рыцарские клубы, неформальные молодежные объединения, экстремальный спорт (пейнтбольные клубы, курсы экстремального вождения, конные клубы, стритрейсинг, паркур, флэтленд, стритбол, маунтинборд) и экстремальный туризм (спелеопоходы, рафтинг, походы на байдарках, плотах, конные туры, туры на выживание, конные клубы, клубы роллеров, байкеров, дайвинг, подводная охота, скалолазание и т.д.), перфомансы, интернет-технологии.

Большая часть молодежи посвящает свободное время образованию, познанию, творчеству и саморазвитию. Этому способствуют процессы глобализации – возрастание влияния форм межкультурного и информационного сотрудничества на развитие сферы молодежного досуга. Социально-культурные потребности молодежи развиваются динамично, между тем как досуговая сфера является более консервативной и не всегда «поспевает» за молодежными досуговыми интересами и потребностями. Исследователи отмечают, что особенности молодости (поисковая, творчески-экспериментальная активность, склонность к игровой деятельности, романтизм, повышенная эмоциональность) сложным образом преломляются в ее досу-

ге, который по сравнению с досугом других возрастных групп отличается наибольшей мобильностью, креативностью, разнообразием. Можно говорить о том, что у молодежи есть особая «социально-культурная миссия»: каждое поколение молодых людей создает свои формы социального и культурного самовыражения, противостояния консерватизму общества. Именно в сфере молодежного досуга создаются и апробируются инновационные формы культурного выражения поколения. Затем, модифицируясь, они внедряются в сферу досуга других возрастных групп.

Каковы же наиболее общие тенденции развития современного молодежного досуга?

1. Оппозиционный досуг – досуг, предоставляющий возможность молодому человеку заниматься различными видами деятельности, противоположными по форме и содержанию учебным и трудовым обязанностям.

2. Индивидуализация досуга – все большее количество молодых людей предпочитают так называемые индивидуальные формы досуга, позволяющие проявить свое творчество, свою незаурядную личность. В связи со сменой парадигмы в сторону индивидуализации нарастает стремление молодежи к яркому самовыражению через досуговые формы (современный студент стремится к признанию и уважению со стороны сверстников, родителей и преподавателей не только через успехи в учебе, досуговая сфера дает возможность выделиться среди остальных, привлечь к себе внимание).

3. Творческое самовыражение в досуговой сфере (ведь именно досуговая сфера дает возможность продемонстрировать свои таланты, свои представления о мире и своем месте в этом мире).

4. Создание новых досуговых форм (молодежь сама вырабатывает новые досуговые формы, которые затем перенимаются остальными группами, либо преобразует не свойственные этой социально-демографической группе формы для досугового самовыражения).

5. Сочетание традиционных и инновационных форм досуговой деятельности (эта свойственная молодежи тенденция проявляется в способности смешивать не только виды деятельности, но и их традиционные и инновационные возможности).

6. Связанный досуг – это досуговые занятия, являющиеся продолжением деловых профессиональных отношений (так называемый корпоративный досуг).

7. Экстремальный досуг – это занятия так называемыми экстремальными видами спорта: скалолазание, экстремальный туризм, прыжки с парашютом и пр.

8. Использование современных инновационных технологий (Интернет, мобильная связь, современные компьютерные технологии – все то, что наиболее быстро осваивается молодежью и применяется ею в различных сферах жизни и областях деятельности не только для удобства, но и для креативного и наиболее полного самовыражения). С помощью компьютерных технологий молодой человек может удовлетворить такие социально-культурные потребности, как потребность в познании, общении, потребность в творчестве.

9. Инновационность и внеинституциональность досуговых форм – молодежь, зачастую не имея возможности реализовать свои досуговые потребности в социально-культурных и культурно-досуговых учреждениях, стремится создать свои инновационные формы досуговой деятельности, которые могут существовать вне досуговых и культурных институтов.

Более подробно остановимся на специфике культурно-досуговой деятельности городской молодежи, особенности организации которой предопределены средой ее существования. Среда города – искусственная для человека. Условия развития современной городской цивилизации, убыстрение ритмов и процессов подвергают насилию человеческую психику, она зачастую не справляется с теми требованиями, которые предъявляют к ней производственная среда, трудовые отношения и пр. Контакты в городе многочисленны, но поверхностны из-за слишком плотного информационного потока. Все вышеперечисленные особенности городской среды формируют новые потребности горожан, что, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на характер досуга городских жителей. Своеобразной антитезой трудовым производственным отношениям выступает досуговая среда, которая вырабатывает формы и методы деятельности человека, способные оказать психотерапевтическое влияние на личность. Наличие культурного слоя, культурных проектов и институтов диктует своеобразие городской среды и предоставляет широкие возможности выбора

удовлетворения социально-культурных потребностей человека. Для городской социокультурной среды характерны:

- 1) дифференциация культурных интересов;
- 2) повышение роли общекультурной информации в профессиональной деятельности;
- 3) индивидуализация досуга (досуг становится все более интимным и домашним благодаря проникновению в нашу жизнь средств массовой информации);
- 4) стремление к изоляции от информационного давления городской среды.

Основные причины инновационных процессов в среде городской молодежи следующие.

– Трудовая и учебная деятельность в городе осуществляется не на природе, а в закрытых помещениях, благодаря чему происходит разрыв связи человек – природа. Отсюда и стремление выехать при первой возможности на природу, отдохнув от толпы и всепроникающего шума большого города, или провести отпуск в сельской глубинке (здесь же корни так называемого экотуризма, экстремальных видов спорта и туризма).

– Все чаще живое общение заменяется оперативными разговорами по мобильному телефону, через Интернет и т.д. Изначальная функция общения – обмен информацией – теперь успешно выполняется средствами массовой информации, а значит, все большую ценность в сфере свободного времени приобретает живое общение.

– «Сельская» культура, формирующаяся на базе естественных природных циклов, отличается циклическим восприятием времени, замкнутостью пространства, растворенностью личностного начала в коллективном сознании. Основопологающей ценностью этой культуры является следование социальным нормам и традициям. «Городская» же культура требует развития личностного, индивидуалистического начала (особенно это характерно для молодежной аудитории).

– Чтобы успешно вести дела в городских условиях, не обязательно быть сильным и ловким, необходимо быть хорошо информированным и мобильным, готовым к постоянным изменениям. Отсюда преимущественно «сидячий» образ жизни, проблемы со здоровьем и т.д. Все это осложняется подавлением биологической сущности человека, доминированием социальной роли, смешением половых функций. Такое давление

цивилизации не проходит бесследно для человеческой психики, и подсознательно люди планируют досуг, исходя из потребности как в самореализации, так и в компенсации недостатка физического движения, общения, проявления социально-полового статуса (женские клубы, мужские игры типа «Схватка», «Охота» и др.).

Городская молодежь имеет огромное досуговое пространство, позволяющее удовлетворять социально-культурные потребности в сфере свободного времени. Культурная инфраструктура города очень отличается от сельской (только перечисление учреждений и организаций социально-культурной сферы может занять десятки листов – это театры, музеи, кино-театры, Дворцы и Дома культуры, дискотеки, ночные клубы, галереи, парки культуры и отдыха, развлекательные центры и т.д.). Так называемый досуговый менталитет городской молодежи сформирован самой средой обитания. Досуговые интересы и потребности молодежи города зачастую могут сильно отличаться от запросов сельской молодежи. Самореализация молодежи и удовлетворение основных социально-культурных потребностей осуществляется и через общение в группе сверстников, в среде неформальных молодежных объединений, и посредством деятельности учреждений культуры, коммерческих досуговых учреждений (дискотеки, ночные клубы, бильярд-клубы, досуговые центры и др.).

Досуговая самореализация молодежи также обусловлена воздействием телевидения – этого наиболее влиятельного институционального источника мировоззренческого, социализирующего и эстетического воздействия. Значительное место в пространстве досуга современной молодежи занимают интернет-технологии, с помощью которых молодые люди удовлетворяют свои потребности в информации, общении, развлечении, творчестве.

Так называемые творческие индустрии – дизайн, мода, издательское дело, средства массовой информации, музыка, мультимедиа – рассматриваются сегодня как ключевые элементы городской культуры, в которой ведущая роль принадлежит потребителю. Идет процесс формирования в молодежной среде аудитории нового типа, культурно-потребительские интересы которой находятся на стыке сфер и на пересечении границ. Новые молодые потребители городской культуры предпочитают

и классическую музыку, участие в интерактивном шоу и арт-терапевтических экспериментах, освоение новых маршрутов культурного туризма, изучение национальных кухонь и этнической музыки и т.д. [2, с. 4].

Мобильность молодежи, ее готовность к эксперименту, а также знание и использование новых информационно-технических систем способствуют постоянному изменению такой традиционной формы социально-культурной активности, как игра. Молодежь склонна к игровой деятельности, захватывающей психику целиком, дающей постоянный приток эмоций, новых ощущений. Игровая деятельность носит универсальный характер, она притягивает к себе людей практически всех возрастов и социального положения. Диапазон этих интересов широк и многообразен: участие в конкурсно-игровых программах, компьютерные игры, рыцарские клубы, спортивные состязания и т.д. Феномен игры порождает огромный, невероятно быстро разрастающийся мир, в который молодежь погружается безоглядно. Этот мир обеспечивает молодежи «уход» в иную реальность с набором ценностных ориентаций, отличных от ценностей повседневного мира. Наблюдения за практикой проведения молодежных культурно-досуговых программ и мероприятий свидетельствуют о том, что их успех в значительной мере зависит от включения в их структуры игровых блоков, стимулирующих у молодых людей стремление к состязательности, импровизации и изобретательности. Совершенно особую форму составляют сегодня ставшие популярными среди детей, подростков и молодежи игры-театрализации или, как их еще называют, сюжетно-ролевые игры. В основе их лежит игровая реализация определенных сюжетов по заранее подготовленным сценариям, воплощение которых (в отличие от драматических спектаклей) не является строго обязательным и чаще всего служит своеобразной канвой, допускающей свободные импровизации. К подобным играм заранее готовятся, изобретают необходимые игровые атрибуты, распределяют основные роли и т.д. Здесь ты сам автор и исполнитель, ибо ты и только ты планируешь ход и последовательность событий, определяешь друзей и врагов, а главное – становишься тем, кем хочешь быть. Поэтому организацию подобных игр и участие в них можно назвать игротворчеством.

Примером подобных сюжетно-ролевых игр могут служить довольно распространенные во многих странах, включая Беларусь, так называемые толкиенистские или хоббитские игры. Это игротворчество поклонников английского писателя Дж. Толкиена, создавшего в своих произведениях действительно интересный и весьма затейливый мир, населенный эльфами, гоблинами, рыцарями, принцессами и другими сказочными персонажами. Судя по всему, молодых людей (их в данном случае называют «ролевиками») привлекает тут возможность уйти в сформированную силой воображения новую реальность, насыщенную системой ценностей и идеалов, которые пока еще не в состоянии дать человеку повседневная жизнь. «Ролевики» шьют себе костюмы, делают доспехи, учатся владеть различными видами средневекового оружия, чтобы любая ролевая игра была, по возможности, более реальной.

Одной из наиболее популярных форм социально-культурной активности молодежи в сфере досуга является военно-историческое моделирование – рыцарские клубы и ордена. Как способ досуговой деятельности клубы существовали издавна, однако такая содержательная насыщенность клубной организации возникла недавно и может считаться инновационной. Во множестве стран Европы формируются и успешно развиваются рыцарские клубы и объединения. Так, например, в Бельгии активно действует орден тамплиеров. У нас рыцарские клубы являются инициаторами проведения различного рода фестивалей, активно участвуют в социальных и культурных акциях. Участники рыцарских клубов изготавливают костюмы, доспехи, вооружение, снаряжение, различные атрибуты и предметы антуража, соответствующие историческим аналогам IX–XV вв. Они проводят турниры, балы, а также ролевые игры. Молодые люди выстраивают не только свое досуговое время на принципах культуры рыцарства, но и реальные жизненные отношения пытаются выстраивать по этим же принципам. Причины подобного поведения лежат в сфере мировоззрения молодого поколения. Именно в структуре построения и работы рыцарских клубов молодые люди находят для себя определенный набор ценностных ориентаций, на основе которых они и строят свое свободное время и даже жизнь. Участие в рыцарских клубах, фестивалях дает возможность молодым людям изучать историю страны, проявлять свое творчество, самореализовываться.

Одной из последних модификаций сюжетно-ролевых игр в Беларуси стало появление игр «Схватка», «Охота», «Encounter», «На грани», «Фотоохота» («Фотоигра») и т.п. Это своеобразный синтез трех компонентов: спорта, развлечения и интеллектуальной составляющей.

«Схватка» по праву считается лидером среди минских игр. Суть ее заключается в том, что команда участников получает ряд заданий, которые нужно выполнить за определенное время. Задания бывают как реальные, так и виртуальные. Командам нужно стремиться быстрее всех пройти все уровни. Для участия в игре команде нужно зарегистрироваться на сайте, иметь в своем распоряжении автомобиль. Игра может длиться достаточно большое количество времени.

Активное взаимодействие досуговой сферы со средствами массовой информации (далее СМИ), а также стирание границ между странами привели к созданию таких телевизионных проектов, как «Форт Боярд», «Последний герой», «Битва титанов», «Большие гонки» и т.д. Играют в них, правда, только «звезды», простые люди сидят, как правило, перед телевизорами. Здесь вообще сложилась уникальная ситуация, когда деньги зарабатываются телеканалами и «звездами» на том, что народ смотрит, как они развлекаются. Значит, подобные формы организации досуга с элементами развлекательно-игровой деятельности, спорта и туризма актуальны и востребованы у массового зрителя. Другой вопрос – стоимость подобного времяпрепровождения.

Самыми востребованными формами молодежного досуга являются так называемые экстремальный спорт, туризм и другие формы активного самовыражения молодого поколения. Стремление к эксперименту и активное использование в досуговой деятельности молодежи последних технологических новинок способствуют проникновению в нее элементов, недоступных для индивида в повседневной жизни в силу профессиональных, социальных, экономических и других обстоятельств. Это приводит к возникновению альтернативных традиционным форм досуговой деятельности: пейнтбольные клубы, курсы экстремального вождения, конные клубы, стритрейсинг (англ. street racing – уличные гонки), активный экстремальный уличный спорт – паркур (преодоление препятствий в городских условиях), флэтленд (фигурное катание и выполне-

ние акробатических трюков на велосипеде), скейтборд и его более современная форма – маунтинборд, стритбол (уличная версия баскетбола, в которой играют две команды по три человека в каждой, в одно кольцо) и т.д.

В последние годы среди молодежи возрос интерес к экстремальным видам туризма. В связи с этим места проведения летнего отпуска многие планируют, ориентируясь на степень комфортности условий для занятий экстремальными видами спорта. На базах кемпингов организуют школы выживания в экстремальных ситуациях, где молодых людей научат, как без спичек развести костер, соорудить крышу над головой без необходимых стройматериалов, взобраться на вершину почти отвесной скалы либо спуститься на утлом челне по бурной реке. Помимо обыкновенных пеших походов широко практикуются спелеопоходы (путешествия по необорудованным пещерам, где можно увидеть уникальные по красоте ледяные сосульки), рафтинг (сплав по порожистым рекам на больших надувных судах – рафтах), походы на байдарках, плотах, конные туры, туры на выживание, конные клубы, клубы роллеров, байкеров. Возрос интерес к дайвингу, подводной охоте, скалолазанию и т.д.

Весьма популярными являются такие формы, как флешмобы (заранее спланированная массовая и, как правило, художественная акция, в которой большая группа людей, появляясь в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия – танец, движения и пр., а затем расходится), перфомансы и хеппенинги, т.е. своеобразные представления на любые темы. В энциклопедическом словаре дается следующее определение перфоманса: «с англ. Performance – спектакль, представление; это система действий исполнителя или исполнителей, рассчитанная на публичную демонстрацию; перфоманс отказывается от непосредственного вовлечения в действие зрителей» [11, с. 527]. Хеппенинги (англ. Happening – случающееся, происходящее) – это «искусство своеобразных микроспектаклей, сочетающих элементы театра абсурда, музыки, живописи и вовлекающих в импровизированное действие зрителей» [11, с. 752]. Перфомансы и хеппенинги являются сами по себе самовыражением молодежи в чистом виде и творчеством. Они позволяют молодежи не быть привязанными к определенным учреждениям культуры и досуга (перфомансы можно проводить даже

на улице). В Беларуси уже не первый год проводятся фестивали перформанса.

Подвергаются трансформации также и традиционные формы культурно-досуговой деятельности молодежи. Они становятся многофункциональными. Например, проведение выставочной деятельности в настоящее время дополняется такими формами, как показы коллекций одежды, слайд-шоу, мастер-классы по различным видам декоративно-прикладного искусства. Исследования показывают, что такие формы выставочной деятельности пользуются неизменной популярностью у молодежи, поскольку преподносятся по-новому, позволяют молодым людям самим проявить свое творчество и активность.

Одной из самых популярных форм молодежного досуга остается дискотека. Но в настоящее время она видоизменяет ставшие уже традиционными дископрограммы, превращая их из ординарных танцевальных вечеров в тематические дискотеки. Их содержательная структура наполнена информационно-познавательными зрелищными технологиями: например, тематические дискотеки, посвященные творчеству определенных «знаковых» музыкальных групп или исполнителей.

Очевидно, что на современном этапе спрос на подобные формы досуга значительно превышает предложение учреждений, специализирующихся на организации досуга. И проблема тут не столько в ограниченности материально-технической базы, сколько в кадровом вопросе и в том, что традиционные формы и методы отстают от запросов желающих творчески и с пользой для здоровья организовать свой досуг. Все это свидетельствует о том, что культура досуга молодежи развивается стихийно. В целях обеспечения удовлетворения социально-культурных потребностей молодого поколения в сфере досуга мы рекомендуем:

- 1) развивать и применять культурно-досуговые формы, предполагающие активное участие молодежи в самом процессе их организации и проведения;

- 2) более активно применять современные технические достижения в организации и проведении молодежных досуговых программ и проектов;

- 3) разработать систему информационно-рекламного обеспечения досуговой сферы (на данный момент мы не можем констатировать существование широкой и систематической орга-

низации данного вида обеспечения функционирования досуговой сферы);

4) развивать культурно-досуговые формы, основанные на потребностях и интересах различных категорий молодежи;

5) развивать синкретические досуговые технологии, удовлетворяющие комплекс социально-культурных потребностей молодежи – развлечение, общение, творчество, познание, зрелище;

б) трансформировать старые апробированные формы, улучшая их содержание, основываясь на потребностях и интересах современной молодежи;

7) в организации культурно-досуговой молодежной политики применять принцип соответствия кадрового потенциала, т.е. заниматься организацией досуговой деятельности молодого поколения должны молодые специалисты, хорошо знающие особенности субкультуры молодого поколения.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем заключается специфика досуговой деятельности молодежи?

2. Каковы противоречия в организации культурно-досуговой деятельности молодого поколения?

3. Охарактеризуйте традиционные и инновационные формы организации КДД молодежи.

4. Опишите наиболее общие тенденции развития современного молодежного досуга.

5. Чем отличаются досуг городской и сельской молодежи?

Литература

1. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология / М. А. Ариарский ; С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств, Ассоц. музеев России. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 287 с.

2. *Бабков, В. А.* Градообразующий проект: город как сцена качества жизни / В. А. Бабков // Арт-менеджер. – 2004. – № 1(7). – С. 2–7.

3. *Культурно-досуговая деятельность* : учебник для вузов культуры и искусств / Т. Г. Васильева [и др.]; под науч. ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.

4. *Левикова, С. И.* Молодежная субкультура : учеб. пособие / С. И. Левикова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 608 с.

5. *Молодежь* Беларуси на современном этапе : состояние, проблемы и пути их решения : книга для педагогов и организаторов воспитатель-

ной работы с молодежью / Н. С. Шпак [и др.] ; ред. С. Д. Лаптенко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Минск : ИСПИ, 2004. – 342 с.

6. *Смаргович, И. Л.* Инновационные формы досуговой деятельности современной молодежи в Беларуси / И. Л. Смаргович // Павышэнне ролі клубных устаноў у сацыякультурным жыцці рэгіёнаў : матэрыялы навук.-практ. канф. (22–23 ліст. 2006 г., г. Мінск). – Мінск : БелДПК, 2006. – С. 73–76.

7. *Современные технологии социально-культурной деятельности* : учеб. издание / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

8. *Суртаев, В. Я.* Молодежь и искусство / В. Я. Суртаев. – СПб. : Изд-во С.-Петрб. ун-та, 2002. – 352 с.

9. *Суртаев, В. Я.* Социально-педагогические особенности молодежного досуга : учеб. пособие / В. Я. Суртаев. – Ростов н/Д. : СПбГАК, 1997. – 200 с.

10. *Трегубов, Б. А.* Свободное время молодежи : сущность, типология, управление / Б. А. Трегубов. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1991. – 152 с.

11. *Энциклопедический словарь* / редкол.: В. И. Бородулин [и др.]. – М. : Большая Рос. энцикл., 1995. – 894 с.

3.4. Неформальные молодежные объединения как средство реализации социально-культурных потребностей молодого поколения в сфере досуга

Молодежная субкультура – естественный и социально обусловленный феномен, появляющийся под влиянием социально-культурной необходимости в нем. Сегодняшний мир человека представляет собой сочетание самых разнообразных культурных образцов. И молодежь, представляющая не однородную массу, а сложную дифференцированную общность, находится в активном поиске форм выражения своей социально-культурной активности.

Социальная невостребованность молодежи в значимых областях деятельности оборачивается повышенной субкультурной активностью в сфере досуга. Именно в ее рамках молодые люди получают возможность удовлетворять свои основные социально-культурные потребности в общении, творческом самовыражении, познании себя и мира, отдыхе и развлечениях.

Молодежный досуг имеет в своей основе активный действенный характер. Его отличают динамизм, экспрессия, эмо-

циональность. Он носит преимущественно коллективный, групповой характер, так как основная ориентация молодых в сфере досуга – это общение со сверстниками. Формы молодежного досуга развиваются как самоорганизующаяся система, на основе собственных внутренних законов. Каждое новое поколение молодых людей стремится развивать свои формы досуговой деятельности, которые явились бы своеобразным знаком этого поколения и способом его самоутверждения в обществе. Молодежные формы досуговой деятельности выступают, с одной стороны, как средство подготовки молодежи к выполнению общественно значимых ролей, а с другой – помогают реализовывать основные социально-культурные потребности в общении, познании, творчестве. Новые молодежные формы досуговой субкультурной активности создаются и существуют какое-то время как бы в противовес существующим традиционным формам досуга. Чаще всего они носят комплексный характер, одновременно удовлетворяя целый спектр интересов и потребностей молодого поколения.

Неформальные молодежные объединения существуют как альтернативные формы культуры. Они связаны с процессами создания и выработки нового отношения к миру молодого поколения. Само развитие общества порождает деятельность молодежи, направленную на создание своей собственной культуры, отличающейся от официальной. Неформальное молодежное движение является серьезным средством самореализации и самоопределения молодого поколения.

Необходимость появления молодежных групп, неформальных объединений вызвано тем, что молодежь охотнее всего проводит время в компании сверстников, самореализуется именно в этой среде. И если школа и институт семьи воспринимаются большинством молодых людей как «институты несвободы», излишней опеки, то неформальные молодежные объединения представляются своеобразной формой свободного социально-культурного существования в «поле свободной деятельности». Этим «полем» выступает сфера досуга.

Молодежь в этих группах и объединениях формирует свою новую культуру, свои морально-этические нормы и идеалы. Но все это происходит только после того, как молодежь «усвоит традиционную культуру, традиционные моральные нормы, определенные политические установки» [1, с. 191]. Из тради-

ционной культуры молодое поколение берет только то, что позволит им выживать в этом мире, отрицая устаревшие и бесполезные, с их точки зрения, формы социального существования.

Конечно, в рамках неформальных групп молодые люди творят свою собственную субкультуру. Но означает ли это, что они обязательно преобразуют культуру как таковую? По мнению немецкого социолога К. Манхейма, чаще всего духовно-ценностные искания сопровождают возрастную адаптацию и, минуя этот период, возвращаются в основное культурное «русло». Также этот ученый отмечает, что молодежные субкультуры (в том числе и неформальное движение) означают лишь способ приспособления к традиционному господствующему культурному укладу.

Первым о неформальных объединениях писал Э. Мэйо, проводивший в 1927–1932 гг. исследования на крупных предприятиях США и выделивший спонтанно возникающие внутри организационной структуры компании группы рабочих [1, с. 195]. Российский исследователь молодежной субкультуры С. И. Левикова подчеркивает, что именно Э. Мэйо сделал весьма важный вывод о том, что неформальная группа может быть определена лишь относительно формальной группы и существует только в ее рамках. Мы же добавим, что молодежные группы в поисках своих ценностей, норм опираются именно на идеалы базовой культуры, одновременно отрицая ее.

«Неформальные молодежные объединения можно определить как группы, возникшие на основе субъективных потребностей, интересов и стремлений молодых людей вне зависимости от того, совпадают или противоречат интересы этих групп интересам общества» [1, с. 195]. Зачастую неформальные молодежные группы живут своей внутренней жизнью, мало понятной основным слоям общества, которое эти объединения «не замечает», часто просто игнорирует.

Выделим основные существенные признаки, которые имеют неформальные молодежные объединения (при их определении мы опирались на исследования Л. И. Михайловой, С. И. Левиковой, К. Манхейма, А. Маркова, В. Н. Шкурина).

Неформальные молодежные коллективы:

- не имеют официального статуса;
- внутри них слабо выражены внутренняя структура и связи, они лабильны;

- редкие неформальные группы имеют программы деятельности;
- преимущественно однородны по полу;
- по своему социальному и образовательному составу также преимущественно однородны;
- отличаются менее целенаправленными видами деятельности, большей частью только спонтанными.

Многие исследователи (З. И. Сикевич, Л. И. Михайлова и др.) сходятся во мнении, что основными функциями неформального молодежного движения являются: функция самореализации (современная психология выдвигает на первый план в развитии личности такие факторы, как потребность и способность к самовыражению, самореализации, самоактуализации; реализуя свои устремления и способности, молодой человек развивается как личность); инструментальная функция (неформальная группа становится средством достижения сознательных или неосознаваемых результатов); компенсаторная функция (участвуя в неформальном движении, молодые люди получают возможность получить своеобразную компенсацию за определенную несвободу поведения в официальных структурах и социальных институтах) и функция творческого и нравственного самовыражения.

Основными причинами, по которым молодые люди объединяются в неформальные молодежные объединения, являются.

- протест против социального конформизма;
- стремление к творческой и нравственной самореализации;
- внутренние психологические проблемы одиночества и непонимания;
- желание самоутвердиться в новой среде;
- недостаточно развитая инфраструктура культурно-досуговой сферы;
- копирование стереотипов западной культуры;
- влияние криминальных структур.

Исследователь молодежной субкультуры Д. В. Ольшанский считает, что природа подростково-молодежной неформальности складывается из трех составляющих [4]. В основе лежит биология определенного возраста, которая включает определенные природные склонности к поведению (в данном случае биология подростка, молодого человека). Необходимо вникать в поведенческие мотивы. Большинство же исследователей го-

ворит о банальном – о пресловутом переходном возрасте, о его гормонально-физиологических особенностях. Вторая составляющая – психология, которая связана с биологией, но ярко отражает условия социальной жизни. Практически невозможно понять жизнь современного «неформала», если не пытаться вникнуть и переживать их реальные проблемы. И третья составляющая – социология неформальности, включающая знание неформального «общественного мнения», придающего этому движению характеристики социального движения.

Неформальные группы дают молодым людям возможность вырабатывать свои нормы поведения, моральные установки (и вести себя в соответствии с ними), свой язык, манеру одеваться и т.п. Но противоречие заключается в том, что в то же время молодой человек вынужден подчиняться определенным (порой достаточно регламентированным и даже жестким) «законам» поведения в определенных неформальных группах, что оборачивается безусловной несвободой в рамках уже этой группы.

Современные неформальные молодежные объединения отличаются от своих предшественников и по социальному составу, и по мотивам и целям участия в них. Изменяются также внешняя атрибутика, музыкальные пристрастия. Неизменным, пожалуй, остаются только такие мотивы участия в этих объединениях, как противостояние общественному конформизму и потребность самовыражения при отсутствии удовлетворения ее в социально-культурных и культурно-досуговых институтах.

При создании условий для свободы выбора занятий по интересам, организации пространства творческой деятельности большая часть молодежи неформальной направленности смогла бы удовлетворить свои потребности в самореализации в рамках культурно-досуговых учреждений.

Цели и характеры деятельности неформальных молодежных групп могут быть как социально ценными (социально ориентированными), так и антисоциальными, то есть цели и действия их противоречат интересам общества. Это так называемые формирования негативной направленности. Многие из них относятся к проявлениям молодежной контркультуры как форме социальных групп, отличающихся от общепринятых в данном обществе своей культурной спецификой и образом жизни.

В современных философско-гуманитарных науках существует большое количество типологий неформальных молодежных объединений. Мы попытались сгруппировать наиболее существенные молодежные объединения в несколько основных групп:

- социально и политически направленные неформальные молодежные группы, ориентированные на решение политических проблем и проблем культурно-защитного характера. Они занимаются охраной окружающей среды, сохранением и восстановлением памятников истории, культуры, выступают за формирование гражданской ответственности;

- асоциальные молодежные объединения или группы, объединенные по образу жизни. Для участников этих групп совместное общение становится образом жизни (пипл, система, рокеры, спортивные фанаты, члены сектантских общин). Если они и протестуют против общественных норм, то это скорее протест пассивный, внутренний, это отказ от соблюдения общепринятых правил;

- антисоциальные молодежные группы (скинхеды, банды, нацисты и др.). Члены таких объединений агрессивно и радикально выражают свой протест; формы его выражения граничат с хулиганством и криминалом, а иногда и переходят в него;

- неформальные объединения художественно-альтернативной направленности, участники которых профессионально не принадлежат к литературно-артистическому миру, но являются активными поклонниками искусства. Это так называемые готы (поклонники готической эстетики), граффитеры (любители граффити), группы непрофессиональных поэтов, прозаиков, любителей различных жанров и видов искусства.

Часто так называемые неформалы выделяются из общей массы своим поведением, манерами, имиджем. Почти всем неформальным молодежным группам не хватает умения организовать свое свободное время, нет специальных мест для общения и мероприятий. Но официальные социально-культурные и культурно-досуговые структуры должны прийти к необходимости сотрудничества с неформальными молодежными объединениями позитивной направленности. Вполне реально в современных условиях создать им условия для творческого самовыражения: это и создание музыкальных клубов определенной направленности, проведение различных тематических вечеров,

организация фестивалей (таких, например, как фестивали граффити), и привлечение определенных неформальных групп к деятельности клубов, имеющих официальный статус (к примеру, представители так называемой готической субкультуры, как люди творческие, готовы идти на сотрудничество с организаторами фестивалей, вечеров, концертов). Развитие культурно-досуговой сферы, системы гуманитарного образования и воспитания, философия терпимости к молодому поколению позволяют значительно повлиять на неформальное движение.

Акцентируем внимание на том, что координировать деятельность молодежных групп можно, лишь поддерживая и направляя инициативу самих участников таких объединений. Давление сверху должно быть исключено.

Неформальные молодежные структуры и сами достаточно активны в реализации своих социально-культурных потребностей. Они иницируют создание клубов (музыкальных, литературных), выпуск специальных газет и журналов, проведение различных мероприятий, ориентированных на определенные предпочтения той или иной неформальной группы (это клубные вечеринки, концертные выступления, художественные выставки, фестивали), развивают интернет-активность. Молодежь, организованная в общность в результате объединения вокруг какой-либо идеи, проявляет желание создания новой философско-эстетической реальности.

Неформальные молодежные объединения способны влиять на процессы, происходящие в обществе. К сожалению, некоторые официальные структуры либо негативно относятся к существующим неформальным группам, либо не признают факт их существования. Такое положение необходимо менять. Демократичная культура должна впитывать, ассимилировать эти культурные «ответвления». Официальная культура должна признать необходимость диалога и сотрудничества с неформальным молодежным движением. Альтернативные формы культуры ведут к обогащению и омоложению всех существующих культур. Разнообразие культурных самоидентификаций и наличие культурного конфликта в обществе – это то, что дает ему возможность поиска новых форм и направлений социокультурной деятельности, возможность для появления и развития новых идей.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Как молодежная субкультура проявляется в сфере досуга?
2. Охарактеризуйте неформальные молодежные объединения.
3. Приведите типологию неформальных молодежных групп.
4. Приведите примеры культурно-досуговой активности неформальных молодежных групп.

Литература

1. Левикова, С. И. Молодежная субкультура : учеб. пособие / С. И. Левикова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 608 с.
2. Манхейм, К. Диагноз нашего времени / К. Манхейм ; пер. с нем. и англ. – М. : Юристъ, 1994. – 693 с.
3. Молодежь Беларуси на современном этапе : состояние, проблемы и пути их решения / Л. С. Аверин [и др.] ; под ред. С. Д. Лаптенка. – Минск : ИСПИ, 2004. – 294 с.
4. Ольшанский, Д. В. Неформалы : групповой портрет в интерьере / Д. В. Ольшанский. – М. : Педагогика, 1990. – 192 с.
5. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. изд. / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.
6. Социология молодежи : учебник / под ред. В. Т. Лисовского. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 1996. – 460 с.
7. Социология молодежи : учеб. пособие для студентов вузов / Ю. Г. Волков [и др.] ; под ред. Ю. Г. Волкова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – 576 с.
8. Токова, Н. Ю. Молодежная субкультура : учеб.-метод. пособие / Н. Ю. Токова. – Могилев : Изд-во МГУ им. А. А. Кулешова, 2000. – 81 с.

3.5. Культурно-досуговая деятельность людей среднего возраста

Организация культурно-досуговой деятельности людей среднего возраста – проблема весьма актуальная в силу специфики данного возраста. Однозначного подхода к определению и выделению такой социально-демографической группы населения, как люди среднего возраста, на сегодня не существует. Необходимо отметить, что термин «люди среднего возраста» существует, он встречается в специальной литературе, но его определение практически отсутствует. Между тем именно лю-

ди среднего возраста (30–50 лет) являются базисной основой социума, ее наиболее трудоспособной и активной частью.

Специфика психолого-педагогических особенностей людей среднего возраста связана, на наш взгляд, с фазой стабилизации в рамках очередного периода социализации личности, что выражается в становлении устойчивой системы ценностей, стабилизации жизненного уклада, окончательном становлении социальных ролей, потребности в реализации накопленного жизненного и профессионального опыта. В то же время это период психологического кризиса, задающего личностную динамику, основным противоречием которой является выбор между социально-культурной активностью – пассивностью [2].

Большая часть времени у людей среднего возраста (как у мужчин, так и у женщин) уходит на работу. Причем работа – это не только способ финансового самообеспечения, но и средство самореализации, которое обеспечивает круг общения человека, формирует чувства необходимости и самоуважения. В то же время данная категория населения имеет достаточное количество свободного времени, которое стремится потратить, опираясь на конкретные потребности и мотивы. Люди среднего возраста уже имеют устоявшиеся культурно-досуговые потребности, сформированные под влиянием определенной социально-культурной среды. Приверженность определенным формам заполнения свободного времени и выбор модели культурно-досугового поведения зависят от культурного потенциала самих людей, в частности, многие вкусы и запросы обладают относительной устойчивостью и передаются из поколения в поколение. Поэтому людям среднего возраста необходимо предлагать вариативные модели культурно-досуговой деятельности, сочетая как стандартные формы, методы и средства КДД, так и инновационные, тем самым расширяя культурные горизонты и создавая условия для наиболее полной самореализации личности человека в рамках досуга.

Сама по себе модель проведения досуга может заключать в себе две преобладающие установки. Кто-то в основном нацелен на развлечения, отдых, зрелища, удовольствия (что выражается в посещении концертов, кино, дискотек, ночных клубов, ресторанов и т.д.). Кто-то, напротив, посвящает свободное время самосовершенствованию, развитию, культурному обогащению, а также общественной или политической деятельнос-

ти. Некоторые, практикуя активный тип досуга, нацелены и на то, и на другое. То же самое можно сказать и про традиционный домашний досуг. Многие люди также стремятся его активно обогатить (много читают, используют компьютер и Интернет как дополнительное средство образования и познания).

Различные социально-культурные (театры, музеи, филармонии, библиотеки, галереи и др.) и культурно-досуговые (Дворцы культуры, культурно-развлекательные комплексы, цирки, клубы и др.) учреждения предоставляют большое количество культурных услуг, которые востребованы людьми среднего возраста: концерты, театрализованные программы, спектакли, выставки, экскурсии, музыкально-развлекательные вечера, дискотеки, вечера отдыха, народные гуляния, литературно-музыкальные программы, мастер-классы и др. Представители данной возрастной категории являются активными участниками коллективов любительского художественного творчества – театральные, вокально-хоровых, инструментальных, фольклорных, танцевальных.

Проблема заключается в том, что специалисты культурно-досуговых учреждений не выделяют специально данную возрастную категорию, не уделяют ей должного внимания. В этой связи необходимо отметить положительный опыт работы с такой аудиторией в соседних странах. Например, в России становятся популярными «Арт-школы для взрослых», где за короткое время можно научиться снимать фильмы, создавать картины, играть на музыкальных инструментах, писать книги и др. Такие школы по сути являются образовательными учреждениями в сфере досуга, потребность в которых во всем мире возрастает. На их базе можно получить любые желаемые знания, умения и навыки – взрослые учатся архитектуре, дизайну, искусству фотографирования, режиссуре и т.д.

В последнее время в связи с выделением определенных досуговых потребностей обозначилась необходимость развития таких направлений культурно-досуговой деятельности людей среднего возраста, как художественно-творческое, спортивно-оздоровительное, коммуникативное, рекреационно-развлекательное, информационно-познавательное.

Безусловно, организаторы культурно-досуговой деятельности должны учитывать, что досуговые потребности представителей среднего возраста города и деревни разнятся. Это за-

висит и от общекультурных установок, и от уровня развития культурно-досуговой инфраструктуры города и деревни.

Социально-культурные потребности людей среднего возраста в сфере досуга сосредоточены на желаниях отдыха и развлечений (туристические поездки, развлекательные вечеринки, концерты, дискотеки и др.), общения (клубы по интересам, праздничные мероприятия, вечера знакомств и др.), познания (образовательные программы, курсы, лекции, мастер-классы и др.), творческого самовыражения (участие в коллективах художественного творчества, занятия индивидуальным творчеством в области изобразительного искусства, народных промыслов и ремесел, литературы и др.), занятий физкультурой и спортом (спортивные и фитнес-клубы, экстремальный спорт и туризм). Также у людей данной возрастной категории выделяются потребности проигрывания различных игровых ролей, что позволяет им снимать напряжение, актуализировать собственные гендерные роли в социуме. Это выражается в популярности таких форм культурно-досуговой деятельности, как пейнтбольные клубы, сюжетно-ролевые игры. В ролевых играх обязательно должно быть наличие ролей, которые имеют различные цели, их взаимодействие, многоальтернативность решений. Например, ролевые игры, рассматривающие конфликтные ситуации, цель которых заключается в выработке оптимальной стратегии социального поведения участников конфликта. Ролевые игры могут применяться для решения семейных, личностных, трудовых проблем. Именно с учетом потребностей и интересов людей среднего возраста и должна строиться их культурно-досуговая деятельность.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Каким образом связана специфика психолого-педагогических особенностей людей среднего возраста с их досуговыми интересами?
2. Опишите модели досугового поведения людей среднего возраста.
3. Назовите субъекты организации КДД людей среднего возраста.

Литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. *Квасова, Н. С.* Оптимальные технологии формирования и реализации социально-культурной активности людей среднего возраста / Н. С. Квасова // Наука о культуре : актуальные проблемы. – М. : МГУКИ, 2004. – Ч. 1. – 120 с.

3. *Кочеткова, В. Г.* Организация содержательного досуга детей, молодежи, взрослых : учеб.-метод. пособие / В. Г. Кочеткова ; Самарский гос. ун-т ; Самар. обл. ин-т повышения квалификации и переподгот. работников образования (СИПКРО). – Самара : СИПКРО, 2008. – 146 с.

4. *Современные технологии социально-культурной деятельности* : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

3.6. Организация культурно-досуговой деятельности людей пожилого возраста

К пожилому возрасту относится население в возрасте от 55–60 до 75 лет, люди от 75 до 90 лет считаются старыми. В современном обществе успешно существует и развивается специальная наука геронтология, изучающая процессы старения и все те проблемы, которые с этим явлением связаны. С возрастом меняется уровень самооценок, ценностных критериев. С переходом пожилого человека на пенсию меняется его образ жизни. Соотношение ценностей смещается из активной сферы к пассивной, узкому кругу общения, потребностей. Вместе с тем увеличивается объем свободного времени, требующий заполнения его полезной содержательной деятельностью для продолжения полноценной жизни.

Изменение социального статуса человека в пожилом возрасте и старости, вызванное прекращением или ограничением трудовой деятельности, самого образа жизни и общения, возникновением затруднений в социально-бытовой сфере, психологической адаптации к новым условиям, требует выработки особых подходов, форм и методов организации культурно-досуговой деятельности пожилых людей.

Люди пожилого возраста (их еще называют людьми «третьего возраста») ежедневно подвергаются физическим, психоло-

гическим и умственным нагрузкам. Плохое состояние физического здоровья, стрессы, социальная не востребованность, смена ценностной парадигмы в обществе, трансформация института семьи, убыстренный ритм информационного пространства неблагоприятно сказываются на психологическом и физическом состоянии их здоровья. Поэтому исключительно велика потребность этой категории людей в социальной и личностной самореализации, релаксационных занятиях, навыках в области оздоровления, творческом самовыражении. И все это может предоставить досуговая сфера, где созданы условия для занятий культурно-досуговой деятельностью. Досуг и отдых играют особо важную роль в жизни людей пожилого возраста. При организации их культурно-досуговой деятельности приоритет принадлежит развивающим технологиям, связанным с вовлечением этой категории людей в различные виды художественного, технического и прикладного творчества. Они оказывают на них благотворное влияние, расширяют возможности для самоутверждения и самореализации, социальной адаптации. При организации досуга следует учитывать физическое и эмоциональное состояние пожилого человека. Необходимо также отметить, что именно пожилые люди являются одной из самых активных аудиторий культурно-досуговых учреждений (особенно клубных учреждений культуры). Главными потребностями их в сфере досуга являются оздоровление, отдых, общение, творчество, познание.

В основном культурно-досуговая деятельность пожилых людей включает:

- занятия художественным, техническим, общественным творчеством;
- участие в культурно-массовых мероприятиях: конкурсах, фестивалях, народных праздниках;
- физкультурно-оздоровительные занятия;
- познавательные занятия: курсы, кружки, посещения музеев, театров, просмотры кинофильмов, экскурсии, лекции, тематические программы, встречи.

Особо необходимо отметить, что зачастую именно люди пожилого возраста являются единственными носителями традиций аутентичного фольклорного творчества, обладают механизмами его передачи подрастающим поколениям. Они под руководством организаторов или самостоятельно создают фоль-

кларные коллективы и ансамбли (песенные, обрядовые), в деятельности которых идет процесс реализации восстановленных форм традиционной культуры в современном обрядово-бытовом контексте. При таких коллективах создаются детские объединения-спутники. Как показывает практика, пожилые люди готовы работать на добровольных началах и передавать детям свои умения в разных видах ДПИ (лозоплетении, соломоплетении, резьбе по дереву, росписи по ткани, дереву и стеклу, шитье, вязании и пр.). Поэтому их следует активнее привлекать к работе в детских декоративно-прикладных кружках и студиях по месту жительства. Востребованы среди пожилых людей вечера в кругу друзей, литературно-музыкальные гостиные, клубные объединения на основе общих интересов. Популярны те программы, которые предполагают встречи, компетентность людей в конкурсах, размещение в досуговом пространстве, располагающее к доверительному общению.

Одним из досуговых увлечений пожилых людей является садоводство и цветоводство. В этой связи целесообразно проводить выставки-ярмарки цветов, овощей, фруктов, организаторами которых могут являться сами пожилые люди. В процессе таких мероприятий проводятся мастер-классы, выступления художественных коллективов и индивидуальных исполнителей.

Направления культурно-досуговой деятельности пожилых людей могут быть самыми разнообразными. Следует отметить такие, как эстетическое, коммуникативное, интеллектуально-творческое, историко-познавательное, патриотическое, спортивно-оздоровительное, информационно-познавательное, поисково-собираательское.

В нашей стране работает Республиканский Дворец культуры ветеранов, удовлетворяющий духовные интересы и запросы ветеранов войны, труда и Вооруженных Сил. Во Дворце культуры проводятся праздники (День пожилых людей, рождественская программа для ветеранов, День защитников Отечества и Вооруженных Сил, День Победы), вечера отдыха, занятия в коллективах народного творчества, оздоровительная гимнастика, танцевальные программы. Во всех Дворцах и Домах культуры ведется большая работа с людьми пожилого возраста – действуют коллективы художественного творчества, клубы (ветеранов, здоровья, общения, коллекционеров, любителей

поэзии, романсов, творческих встреч, шахматные, исторические клубы и др.), организуются курсы декоративно-прикладного искусства (вязания, изготовления сувениров, соломоплетения, лозоплетения, росписи по дереву и др.), проводятся конкурсы, танцевальные вечера, народные праздники, фестивали и др. В последнее время в сфере культурно-досуговой деятельности уделяется большое внимание поиску новых форм организации досуга людей пожилого возраста и ветеранов.

Формы культурно-досуговой деятельности следует выбирать в соответствии с физиологическими возможностями «третьего возраста». Наиболее распространенными формами работы с пожилыми людьми считаются клубы по интересам, тематические вечера (литературные, исторические, музыкальные, юбилейные, вечера памяти, чествований и др.), встречи с интересными людьми, лекции, народные праздники, спектакли, концерты. Содержание работы клуба по интересам включает проведение вечеров, творческих встреч с поэтами, писателями, мастерами прикладного искусства, вечеров чествования, вечеров отдыха, праздничных «огоньков», концертов, танцевальных вечеров, конкурсных программ, медицинских и юридических консультаций и др. Досуговые любительские объединения предлагают пожилым людям активный образ жизни, дают возможность создавать и поддерживать добрые взаимоотношения с окружающими. Поддержание активных жизненных контактов, творческая самореализация в досуговой сфере – все это должно стать естественным для людей пожилого возраста. Руководители и организаторы культурно-досуговой деятельности обязаны учитывать характер потребностей и интересов данной категории населения, поощрять и закреплять формы проявления социально-культурной активности, доверяя участникам культурно-досугового процесса даже организационные действия, проявлять внимание к каждому участнику любительского объединения пожилых людей, содействовать возникновению связей между участниками, обеспечивать положительный эмоциональный настрой каждого человека и группы в целом. Главная цель процесса организации культурно-досуговой деятельности пожилых людей – дать им возможность самореализации, социальной востребованности, улучшить их психологическое настроение. При правильном определении содержания

и соответствующих методов работы люди пожилого возраста могут стать постоянными посетителями, непосредственными участниками и активистами в подготовке и проведении культурно-досуговых программ, деятельными помощниками специалистов учреждений культуры.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какое значение имеет культурно-досуговая деятельность в жизнедеятельности пожилых людей?
2. Перечислите виды досуговых занятий пожилых людей.
3. Какие формы культурно-досуговой деятельности являются наиболее востребованными у пожилых людей?
4. Назовите задачи для руководителей и организаторов культурно-досуговой деятельности пожилых людей.

Литература

1. *Краснова, О. В.* Практикум по работе с пожилыми людьми : опыт России и Великобритании / О. В. Краснова. – М. : Принтер, 2001. – 231 с.
2. *Современные технологии социально-культурной деятельности* : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.
3. *Холостова, Е. И.* Социальная работа с пожилыми людьми : учеб. пособие / Е. И. Холостова. – М. : Дашков и К, 2009. – 344 с.

3.7. Семья как объект и субъект культурно-досуговой деятельности

Семья как социальный институт возникла вместе с процессом формирования общества. В настоящее время идет процесс ослабления семьи как социального института. Традиционные роли жены и мужа изменяются. Если раньше женщина в семье вела домашнее хозяйство, воспитывала детей, а муж обеспечивал экономическую состоятельность, то в современном обществе во многих странах женщины становятся лидерами в семье, обеспечивающими ее финансово-экономическую основу. Это влечет за собой как положительные, так и отрицательные явления, выражающиеся в том, что усугубляются конфликтные ситуации в семье, падает рождаемость и др. Семья имеет большое значение в формировании личности. Оптимальное общение, его начало и основы, особенно для детей, возможны толь-

ко в семье. Семья является той структурой, где закладываются нравственные ценности, культурные традиции, основы мировоззрения. В связи с этим необходима системная и последовательная работа, направленная на укрепление института семьи, возрождение и сохранение духовно-нравственных традиций семейных отношений. Немаловажное значение в этом процессе имеет сфера культурно-досуговой деятельности, предоставляющая условия для полноценного развития семьи как социального института.

К сожалению, характер деятельности учреждений социально-культурной сферы с институтом семьи бывает эпизодическим и непоследовательным, основанным на воздействии не на причинно-следственные связи и механизмы развития социальной аномии и дезинтеграции, а на устранении их последствий. Возникают принципиальные проблемы в постановке целей в работе с институтом семьи, отсутствуют необходимые знания, практические навыки и умения в этой работе, особенно в понимании групповой динамики и психологии межличностных отношений членов семьи [4].

Семейный досуг – это активное времяпрепровождение всей семьи. Досуг может быть как активным (походы в лес, катание на лыжах, велосипедные туры), так и пассивным (просмотр телевизионных передач); как самостоятельным (семейные чтения, прогулки всей семьей, посещения учреждений культуры), так и специально организованным, который могут предоставить специалисты учреждений культурно-досуговой сферы.

Основные направления организации культурно-досуговой деятельности семьи:

- развитие семейного художественного творчества: семейные коллективы любительского творчества, клубы, фестивали, смотры, праздники, конкурсы семейного художественного творчества;
- культурно-развлекательный семейный досуг – экскурсионные мероприятия, конкурсно-развлекательные и игровые программы, сюжетно-ролевые игры, посещения различных мероприятий в театрах, музеях, филармониях, галереях и т.д.;
- культурно-образовательные программы (семейные брейн-ринги, участие в мастер-классах, творческие вечера, конкурсы и т.д.);

– спортивно-оздоровительный и рекреационный семейный досуг (спартакиады, эстафеты, походы, туристические программы);

– праздничные мероприятия (праздники, театрализованные представления).

Учреждения культурно-досуговой сферы проводят разнообразные программы совместной деятельности детей и родителей. Это:

– семейные физкультурно-оздоровительные праздники, спартакиады;

– семейные туристско-краеведческие и экскурсионные программы;

– традиционные встречи многодетных семей;

– благотворительные праздники и концерты для семей, в которых воспитываются дети-инвалиды;

– семейные клубы;

– семейные мастерские.

Наиболее популярными формами семейного досуга являются: конкурсно-развлекательные программы, фестивали семейного творчества, дни семейного отдыха, вечера для семейных пар, совместные семейные праздники, концерты, спектакли, просмотр и обсуждение фильмов и спектаклей, соревнования, конкурсы, КВН, туристические походы и слеты, семейный туризм, экскурсионные поездки.

Культурно-досуговые учреждения (Дворцы и Дома культуры, центры досуга, культурно-развлекательные комплексы) часто проводят популярные семейные праздники и фестивали (День матери, День отца, День бабушек и дедушек, День ребенка; «Клубы выходного дня», «Дни семейного отдыха»), в программу которых входят мероприятия для всех членов семьи. Для совместного досуга проводятся конкурсы семейного творчества, конкурсно-игровые программы; для детей – конкурсы, игровые и танцевальные программы, показы мультфильмов; для отцов – конкурсы, игры (настольный теннис, бильярд), встречи с интересными людьми; для мам – конкурсные программы, консультации косметологов, парикмахеров, психологов и др. Проводятся также игровые семейные конкурсы: «Спортивная семья», «Самая дружная семья», «Музыкальная семья», конкурс семейных альбомов, конкурс хозяек, конкурс «Мужчины в доме» (соревнования между отцами и сыновьями), «Хозяюшки» (между мамами и дочками) и др.

Особое внимание необходимо уделять молодым семьям: проводить семейные праздники, консультации семейных психологов, танцевальные программы, выставки творчества молодых семей, выставки-продажи изделий декоративно-прикладного искусства (которые предварительно изготавливаются членами молодых семей), семейные костюмированные балы, семейные КВН, интеллектуальные игры, сюжетно-ролевые игры.

Не следует забывать и о пожилых семьях. Для них можно проводить конкурсные программы («А ну-ка, бабушки», «Мудрость веков», «Супердедушка», «Суперсемья»), чествования семей-юбиляров, танцевально-развлекательные программы.

Интересной формой культурно-досуговой деятельности семьи на современном этапе являются «клубы трех поколений», на базе которых работа ведется со всеми членами больших семей, что способствует актуализации института семьи, сплочению, передаче культурных норм и традиций.

Основная задача в деятельности культурно-досуговых учреждений по работе с семьей – разработка программ семейного досуга, воспитание культуры семейных отношений и поддержка инициатив по сплочению семьи.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Раскройте значимость культурно-досуговой деятельности для развития института семьи.
2. Определите проблемы в процессе работы учреждений культуры и досуга с семьей.
3. Каковы основные направления и формы организации культурно-досуговой деятельности семьи?

Литература

1. *Жарков, А. Д.* Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2007. – 480 с.
2. *Киселева, Т. Г.* Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.
3. *Кочеткова, В. Г.* Организация содержательного досуга детей, молодежи, взрослых : учеб.-метод. пособие / В. Г. Кочеткова. – Самара : СИПКРО, 2008. – 146 с.
4. *Современные технологии социально-культурной деятельности* : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Раздел 4

ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

4.1. Теоретико-практические основы культурно-досуговой индустрии

Во многих странах (США, Япония, Германия, Испания, Голландия, Италия, Россия, Франция, Великобритания и др.) сложились разветвленные индустрии досуга и развлечений. Возникновению этого нового сектора экономики способствовали процессы интеграции между искусством, промышленностью, наукой и бизнесом. По мере индустриализации общества предложения различных способов проведения досуга становятся прерогативой специализированных агентств, организаций, компаний, которые являются не только провайдерами разнообразных культурных и досуговых товаров и услуг, но и составляют элемент современной экономической системы.

Поскольку развитие индустрии досуга в нашей стране находится в стадии становления, необходимо уточнить понятийный аппарат, определить сегменты, входящие в ее состав, выявить основные культурологические, социологические, экономические, маркетинговые концепции, составляющие основы развития индустрии досуга, а также определить стратегию управления данной сферой.

В Европе и США наиболее употребляемы понятия «индустрия досуга», «культурные и социальные услуги», «индустрия развлечений и отдыха», «отдых и рекреация вне дома», «культурная индустрия». Такие базовые понятия, как «культурные услуги», «культурный сервис», «индустрия развлечений», употребляются как в отечественной, так и в зарубежной науке. Во всем мире индустрия досуга и развлечений является весьма прибыльным бизнесом. В то же время границы и набор сегментов, составляющих ее, весьма условны. Индустрия развлечений может определяться как система предприятий, фирм, учреждений и предпринимателей, предоставляющих все необходимые для потребления в процессе досуга и развлечений услуги и товары. К индустрии досуга и развлечений относят не только

типичные развлекательные учреждения (дискотеки, караоке-, боулинг-клубы и т.п.), но и некоторые предприятия материального производства. Специалисты отмечают, что существует проблема не только четкого определения самого термина «индустрия досуга и развлечений», но также границы понятий «досуговые товары и услуги» могут быть очень и очень широки.

Наиболее целесообразным для обозначения описываемой практики мы считаем понятие «культурно-досуговая индустрия», как наиболее ярко отражающее всю современную систему производства, распространения и продажи культурно-досуговых товаров и услуг. К культурно-досуговой индустрии относятся предприятия (организации, учреждения), основная деятельность которых связана с удовлетворением потребностей человека в культурном потреблении, развлечениях и отдыхе.

Культурно-досуговая индустрия – это сфера деятельности, сектор экономики, включающий систему производства, продвижения и сбыта культурных продуктов и услуг, направленных на удовлетворение социально-культурных потребностей населения в сфере досуга, а также включающий в себя сопряженные секторы и потребительскую аудиторию. Культурно-досуговая индустрия занимается созданием и массовым тиражированием культурно-досуговых и развлекательных товаров и услуг. Основные ее составляющие – развлекательная индустрия (индустрия досуга, отдыха и развлечений), интернет-индустрия, туристический, модельный, галерейно-выставочный, музыкальный и шоу-бизнес (в том числе цирки), индустрия аудио- и видеопродукции, спортивно-развлекательный бизнес (спортивные, рекреационные лагеря, горнолыжные курорты, базы отдыха и др.) и спортивно-зрелищная индустрия, игровая и образовательная индустрия (дополнительные обучающие курсы и др.), парковая индустрия, телевизионная и радиоиндустрия, игорный бизнес (казино, букмекерские конторы, залы игровых автоматов, ипподромы).

Индустрия досуга, отдыха и развлечений является составным сегментом культурно-досуговой индустрии. Традиционно к индустрии досуга и развлечений относят парки, аттракционы, боулинг-клубы, гольф-клубы, развлекательные центры, кино-театры, аквапарки, дискотеки, ночные клубы, интернет-кафе, катки, роллердромы, игровые индустрии и т.п. В последнее

время игорный бизнес (казино, залы игровых автоматов, тотализаторы) также стал позиционировать себя как часть индустрии развлечений и отдыха.

В структуру культурно-досуговой индустрии также входят предприятия, производящие оборудование (для 3D-, 4D- и 5D-кинотеатров, ледовых катков, аттракционы) и праздничную атрибутику для досугово-развлекательных структур; арт-компании (праздничные, продюсерские, музыкальные, event- и арт-агентства, кинокомпании, телекомпании) по организации мероприятий и производству арт-продукта (фильм, клип, рекламный ролик, праздник, концерт, спектакль и пр.).

Как справедливо отмечает исследователь культурно-досуговой деятельности доктор философских наук Г. А. Аванесова, понятие «индустрия» подразумевает индустриально-техническую, технологическую и предпринимательскую сущность досуговой деятельности. «Индустрия досуга понимается как бизнес в сфере досугового сервиса, как производство продуктов и услуг на современной технической базе, с использованием технологий и способов индустриального труда» [2, с. 114].

Резкое падение доходов населения в начале – середине 90-х гг. на пространстве СНГ привело практически к распаду системы организации досуга. Закрылись многие кинотеатры, Дома культуры, парки, спортивные сооружения. Для значительной части горожан из всех ранее существовавших ранее форм проведения свободного времени, за исключением различных хобби, осталась только возможность просмотра телепрограмм и сериалов. Однако начавшийся примерно с конца 90-х гг. XX в. подъем экономики привел к росту доходов и появлению у населения свободных средств и, как следствие, к росту потребности в различного рода развлечениях. В результате возникла и стала интенсивно развиваться новая отрасль – индустрия досуга и развлечений. Ее формирование и развитие есть прямое следствие достижения определенного уровня доходов населения, когда после удовлетворения первичных базовых нужд людей возникает потребность в дополнительных услугах и, главное, появляются средства для того, чтобы этими услугами пользоваться.

Философско-культурологическим осмыслением культурно-досуговой индустрии как новой технологии в развитии культуры на отечественном культурном пространстве занимаются в

настоящее время немногие специалисты. Предпринимая первую попытку обобщения накопленного аналитического материала, касающегося непосредственно культурно-досуговой индустрии, мы учитываем тот факт, что в мировой науке в настоящее время уже имеется достаточно большой и глубокий теоретический и эмпирический материал, являющий собой основу формирования теории культурно-досуговой индустрии, – это культурология, социология досуга, прикладная культурология, социология рекреации, теория «культурных индустрий». Также мы опираемся на современные исследования российских культурологов, философов, социологов Т. В. Абанкиной, Г. А. Аванесовой, М. А. Ариарского, С. Э. Зуева, С. А. Наумовой, В. А. Стальной, Ю. В. Темного и др. Российские специалисты отмечают сложность научного осмысления индустрии культуры, досуга и развлечений: во-первых, границы данной индустрии определены не совсем четко, во-вторых, социально-культурная ситуация предлагает все новые формы и сегменты культурно-досуговой индустрии.

В концепциях постиндустриального общества сфера досуга рассматривается как важнейшая социальная подсистема. Теоретический анализ крупных эмпирических исследований, фиксирующих коренные изменения в образе жизни и досуге, лег в основу концепции Ж. Дюмазедье, названной «цивилизацией досуга». По мнению Дюмазедье, рождение этой цивилизации датируется 1960–1970-ми гг. XX в. Ж. Фридман разрабатывает концепцию компенсаторной функции досуга, который сглаживает социально-профессиональные противоречия в процессе поляризации сфер труда и досуга. Ж. Фурастье разрабатывал идею «цивилизации досуга» как модели постиндустриального общества: начиная с определенного уровня экономического развития, досуг приобретает все большую автономию от труда и становится самостоятельной ценностью [1, с. 30–31].

Одна из первых работ, посвященных досугу, была опубликована еще в 1899 г. – Т. Веблен «Теория праздного класса». В своей работе Т. Веблен критикует праздный класс за его роль в поощрении «расточительного потребления». Ради того, чтобы произвести впечатление на остальную часть общества, праздный класс впадает в «демонстративный досуг» (непродуктивную трату времени) и «демонстративное потребление» (трату на товары больше денег, чем они стоят). Представители же

прочих социальных классов прямо или косвенно пытаются подражать «праздному классу». В результате формируется общество, растрачивающее время и деньги. «Теория праздного класса» главное внимание уделяет не производству, а потреблению. Таким образом, эта работа предвосхитила сегодняшний сдвиг социальной теории от производства к потреблению в сфере культуры и досуга.

Определенная роль в методологическом понимании культурно-досуговой индустрии принадлежит Ж. Бодрийяру. В своей работе «Симулякры и симуляции» он обозначил один из основных принципов существования современной массовой культуры в индустриальном обществе: «Нет более реальности – ее заменила гиперреальность, порождаемая при помощи симулякров – призраков реального» [4]. Бодрийяр анализирует феномен «гигантских культурных центров и торговых универсумов», в которых происходит непрерывное потребление – товаров, услуг, культуры. «Гипермаркет культуры» представляет модель целой будущей формы контролируемой социализации: скопление в одном пространстве-времени всех разрозненных функций социального тела и жизни (работа, развлечение, медиа, культура)...» [4]. Бодрийяр «предсказал» появление и бурное развитие многофункциональных торгово-культурных и культурно-развлекательных центров.

Наиболее законченная и целостная концепция массового общества с прямым выходом на сегодняшние вопросы культурно-досуговой индустрии была предложена испанским философом, искусствоведом и критиком Х. Ортегой-и-Гассетом. В качестве теоретика культуры Ортега стал одним из главных создателей теории «массового общества» и «массовой культуры». По мнению Ортега-и-Гассета, примерно с середины XX ст. «массовая культура» становится одной из прибыльнейших отраслей экономики и даже получает соответствующие названия: «индустрия развлечений», «коммерческая культура», «поп-культура», «индустрия досуга» и т.п. Кстати, последнее из приведенных обозначений открывает еще одну из причин возникновения «массовой культуры» – появление у значительного слоя трудящихся граждан избытка свободного времени, «досуга», обусловленного высоким уровнем механизации производственного процесса. У людей все больше возникает потребность «убивать время». На ее удовлетворение, естественно за

деньги, и рассчитана «массовая культура». Феномен «массовой культуры» и «индустрии досуга», с точки зрения их роли в развитии современной цивилизации, оценивается учеными далеко не однозначно. Критический подход к «массовой культуре» и «индустрии досуга» сводится к обвинениям в пренебрежении классическим наследством, в том, что они якобы являются инструментами сознательного манипулирования людьми. Противоположный подход, напротив, выражается в том, что «массовая культура» провозглашается закономерным следствием необратимого научно-технического прогресса, что она способствует сплочению людей, прежде всего молодежи, независимо от каких-либо идеологий и национально-этнических различий, в устойчивую социальную систему и не только не отвергает культурного наследия прошлого, но и делает его лучшие образцы достоянием самых широких народных слоев путем их тиражирования через печать, радио, телевидение и промышленное производство.

Специалисты в области социологии и эстетики Т. Адорно, Х. Ганс, П. Бурдьё изучали художественные вкусы и культурные предпочтения разных социальных групп, дистанцию между «высокой» и «популярной» культурой. Результаты теоретических и прикладных исследований позволяют выявить изменения социальной мотивации и потребительского поведения в сфере культуры и культурно-досуговой индустрии. Фактически они дают основания говорить о формировании аудитории нового типа, интересы которой заключаются в «пересечении границ». Эти «новые культурные потребители» выбирают все, что может доставить удовольствие: культуру этническую (местную) и мировую, популярную и высокую, традиционную и современную. В один вечер они слушают оперу, в следующий идут на рок-концерт или лазерное шоу. Во время отпуска они посещают традиционные музеи и популярные эстрадные представления, выставки современных художников и местные фольклорные праздники. Граница между элитарной и массовой культурой размывается. Современный культурный ресурс очень динамичен. То, что еще вчера было радикальным, сегодня уже становится классикой [1, с. 31–32].

Важной методологической основой развития теории культурно-досуговой индустрии, безусловно, является социология досуга. В мировой науке сложились три основные школы,

которые занимаются изучением проблем свободного времени: американская, французская и немецкая. Также широкое развитие получили и национальные научные школы в России, Канаде, Италии, Дании и в других странах, включая Беларусь. Социология досуга изучает потребности в различных видах досуга, особенности досуговой деятельности в городском пространстве, направления и формы досуга различных социально-возрастных категорий населения. Социологические исследования являются одним из важнейших инструментов формирования стратегии и тактики развития культурно-досуговой индустрии.

Исследуя концепции современной культурологии и их влияние на становление теории культурно-досуговой индустрии, необходимо отметить, что методологической основой теории культурно-досуговой индустрии можно считать разработку теории прикладной культурологии, осуществленную известным российским культурологом М. А. Ариарским. Доктор культурологии делает акцент на усилении роли досуга в духовной жизни общества и сохранении здоровья его членов, а также намечает определенные тенденции в развитии и использовании культуросозидающего потенциала досуга, которые находят воплощение в практике современной культурно-досуговой деятельности. В частности, профессор отмечает, что существенную роль в формировании массового сознания играет «система организации, стимулирования и управления потребностным спросом на вещи, услуги, идеи, формирующая в общественном сознании стандарты социально престижных образов и стилей жизни, интересов и потребностей, включающая потребителя в ажиотажный спрос ...на модели поведения (особенно проведения досуга)» [3, с. 60]. Именно на использовании этого механизма строится вся стратегия культурно-досуговой индустрии.

В цивилизации досуга изменяется отношение к роли и функциям организаций культуры. Просветительская модель культуры дополняется так называемой гедонистической концепцией. В современном мире люди испытывают постоянные стрессы, они перегружены на работе, устают от бытовых проблем. И именно организации культуры должны дать им возможность отдохнуть, отвлечься от проблем, даже обучать «играючи». «Общение с прекрасным» должно радовать людей, давать им позитивные эмоциональные переживания и новые впечатле-

ния. Проблематика развлечений только начинает обсуждаться отечественной наукой по существу, разбивая горы существующих предвзятостей. С ней издавна прочно связан круг негативных значений, большей частью перешедших из сугубо обиходной сферы, но в определенной степени обусловленных также клерикальной идеологией. Даже в последнее время, когда в общественном мнении происходит своего рода революция в отношении к развлечению и оно все более явно начинает занимать доминирующие позиции в современной цивилизации, привкус явления не органичного, а лишь допущенного в культуру и скорее негативного по своей роли сохраняется. Развлечение же дистанцирует человека от его бытовой реальности и в символической форме подчас позволяет ее преодолеть, иногда в самых драматических ситуациях [3].

Современная теория «культурных индустрий» также является весьма важной методологической основой развития теории культурно-досуговой индустрии. Обе они используют одинаковые технологии, средства и методы воздействия на объект. Основоположниками теории «культурной индустрии» считают теоретиков Франкфуртской школы Т. Адорно и М. Хоркхаймера. Термин «индустрия культуры» был введен ими в их совместной работе «Диалектика просвещения», опубликованной в 1947 г. Адорно и Хоркхаймер воспринимали «индустрию культуры» в отрицательном смысле и критиковали ее как промышленный аппарат по производству стандартизированных товаров и услуг, которые являются развлекательной индустрией и не направлены на духовное развитие человека. Индустрия культуры понималась как рынок, где есть производитель и потребитель (массы), где потребитель является манипулируемым пассивным объектом. Однако развитие мировых общественных систем внесло свои коррективы. Если рассмотреть вопрос с философско-психологической точки зрения, то мы должны признать, что вся культура является посредником, передающим механизм между человеком и природой. Ведь и европейское классическое искусство развивалось именно благодаря изобретению культурных механизмов, которые в настоящее время воспринимаются как символы культуры. По существу появление культурной индустрии сделало деятелей культуры равными деятелям общественного производства. В понятие «культурной индустрии» сегодня входят, прежде всего, каналы

распространения, и именно этим обстоятельством объясняется внимание к средствам массовой коммуникации – кино, телевидению, радио, а также к рекламе и иным формам распространения информации. По мнению российского исследователя С. Зуева, понятие «множественных культурных индустрий» сформировалось в конце 60–80-х гг., когда в обществе оформился отчетливый интерес к разного рода технологиям развития среды, прежде всего, среды современного города. В экономическом смысле это было обусловлено растущей ролью сферы досуга и услуг, а также пониманием того, что инвестиционная привлекательность территории часто находится в прямой зависимости от культурно-досугового качества среды и качества жизни на этой территории (рост числа клубов, центров развлечений, тематических кафе и т.п.)» [5].

Специалисты, занимающиеся «культурными индустриями», отмечают, что получает распространение такой термин, как «цивилизация досуга». Предметом потребления в социально-культурной сфере становятся не только товар или услуга, но и стиль и образ жизни. Некоторые культурологи отмечают, что это обусловлено переходом к новому типу социально-экономического развития – постиндустриальному обществу, в котором на первый план выступает не «товаропроизводящая экономика», а «обслуживающая экономика». Основной сферой занятости и источником дохода становятся не только и не столько промышленность, сколько гуманитарные отрасли и сфера услуг, в том числе культурно-досуговых.

Российский исследователь «цивилизации досуга» Т. В. Абанкина пишет о том, что в постиндустриальном обществе искусство и досуг становятся стратегическим приоритетом современной экономики развитых стран именно потому, что сумели превратиться в мощную индустрию культурных и досуговых товаров и услуг. Успех в индустрии культуры и досуга (как и в любой другой индустрии) зависит от возврата вложенных средств через реализацию продукции – товаров или услуг. Следовательно, ориентация на потребителя, формирование и удовлетворение спроса в пространстве свободного времени становятся приоритетом и конечным результатом деятельности организаций культуры и досуга [1, с. 29].

В последние десятилетия во всем мире, в том числе и в Беларуси, заметно меняются представления о том, как устроена

экономика досуга в современном мире, какие экономические механизмы и управленческие технологии обеспечивают необходимый приток ресурсов в досуговую сферу. Специалисты отмечают, что долгое время досуг рассматривался как сфера, затратная с экономической точки зрения. Однако в конце XX в. во всем мире бюджетная поддержка организаций культуры и досуга начала сокращаться. Это дало достаточно мощный толчок для пересмотра представлений о месте и роли досуга в обществе, управленческих технологий, применяемых в этой сфере, способов работы с разными аудиториями и привлечения общественного внимания. Все это способствует быстрому развитию культурно-досуговой индустрии во всем мире, включая нашу страну.

Рубеж XIX и XX вв. – время индустриальной «революции», и экономическое и социально-культурное значение культурно-досуговой индустрии, СМИ, массовых развлечений, культурных индустрий будет только возрастать.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Какие причины способствовали формированию культурно-досуговой индустрии?
2. Дайте определение понятию «культурно-досуговая индустрия».
3. Проследите логику формирования понятия «культурно-досуговая индустрия».
4. Назовите основные сегменты культурно-досуговой индустрии.
5. Какие концепции легли в основу формирования теории культурно-досуговой индустрии?

Литература

1. *Абанкина, Т. В.* Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» / Т. В. Абанкина // Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие. – М. : Фонд Ноу-Хау, 2001. – С. 28–45.
2. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 234 с.
3. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 288 с.
4. *Бодрийяр, Ж.* Симулякры и симуляции : реферат / Ж. Бодрийяр. – Париж : [Б.и.], 1981.

5. Зуев, С. Э. В начале был текст / С. Э. Зуев // Отечественные записки. – 2005. – № 4(25). – С. 76–86.

6. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер [и др.]. – СПб. : Арт-Пресс, 2004. – 256 с.

7. Наумова, С. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : Изд-во ТПУ, 2003. – 127 с.

8. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия : сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2007. – № 8. – С. 109–115.

9. Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия как новая технология в социально-культурной сфере / И. Л. Смаргович // Культура. Наука. Творчество : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 19–21 апр. 2007 г. – Минск : Белорус. гос. акад. искусств, 2008. – С. 290–294.

4.2. Особенности развития рынка культурно-досуговых услуг

Культурно-досуговая сфера является частью социально-экономической жизни общества и сформировалась в целую производственную отрасль. Как и любая другая отрасль, культурно-досуговая сфера имеет собственную сеть предприятий и трудовых коллективов, органов административного и методического руководства, научных центров и учебных заведений, систему экономического учета и отчетности. Однако в отличие от материального производства выпускаемой продукцией учреждений культурно-досуговой сферы является не товар, а услуга. На рыночном языке учреждения культуры и досуга называются производителями, население – потребителями. Как и во всяком достаточно развитом рыночном производстве, здесь существуют и свои посредники (частные предпринимательские структуры, организующие для населения гастрольные концерты, спектакли, праздники, шоу-представления, презентации, встречи, политические кампании с участием на договорной основе популярных творческих коллективов и концертных исполнителей) [4, с. 211–212].

Сфера культурно-досуговых услуг является одной из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Отдельные аспекты проблемы потребления культурных благ, приобщения населения к культурным ценностям актуализи-

руются в трудах исследователей современной культуры, культурной глобализации, культурной политики.

С приходом рыночной экономики культурно-досуговые учреждения оказались в принципиально новых условиях. Теперь они ориентируются на участие в общесоциальных, культурных и экономических процессах, оставаясь при этом и досуговыми центрами. Снижение уровня государственного финансирования, нестабильность формирующегося спонсорства и благотворительности, непредсказуемость поведения аудитории, в том числе из-за развития коммерческого сектора досуга, обусловили комплекс проблем. Культурно-досуговые учреждения за годы реформ перестали быть монополистами на рынке культурных услуг. Участие культурного продукта в рыночной конкуренции (как внешней, так и внутренней) заставляет их расширять границы своей деятельности за счет использования новых областей знаний, методов и технологий. Эффективность продаж зависит от того, насколько менеджеры могут предложить культурный продукт-услугу населению. К сожалению, в большинстве случаев дистанция между произведенным культурным продуктом и его покупателем остается слишком большой.

Тема создания конкурентоспособного культурного продукта-услуги, используя инновационный подход и технологии, и продвижения его на социокультурный рынок является чрезвычайно актуальной.

По мнению специалистов, к культурным услугам относят востребованные на социокультурном рынке продукты, не являющиеся товарами. Они приобретают развивающий, образовательный и творческий характер, заключают в себе содержательно-духовный потенциал. Такими услугами являются услуги индивидуального творческого развития, дополнительного образования, услуги в сфере культуры и искусства, шоу-бизнеса и т.п. Культурно-досуговые потребности населения и условия их реализации обусловлены национально-этническими, региональными особенностями и традициями. Культурно-досуговая деятельность осуществляется на базе общекультурных, художественных, познавательных, политических, социальных, профессиональных и прочих интересов различных категорий населения.

Что же отличает культурную (социокультурную) услугу от материального блага? Г. Ассэль («Маркетинг: принципы и

стратегии», 2001), Д. Джоббер («Принципы и практика маркетинга», 2000), П. Дойль («Менеджмент: стратегия и тактика», 1999), Ф. Котлер («Маркетинг, менеджмент», 1998), Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг («Основы маркетинга», 1999), К. Хаксевер, Б. Рендер, Р. С. Рассел, Р. Г. Мердик («Управление и организация в сфере услуг», 2002) выделяют в более или менее развернутом виде следующие характеристики услуги (ее отличительные свойства, особенности): неосвязаемость, неразрывность производства и потребления услуги, изменчивость качества, неспособность к хранению [9, с. 76].

Неосвязаемость, или нематериальный характер, социокультурных услуг означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать или изучить до получения. Покупатель вынужден верить продавцу услуг на слово. Вследствие этого со стороны потребителей обязательно присутствует элемент надежды и доверия к продавцу услуги. Продавец может лишь описать преимущества, которые получит покупатель после предоставления услуги, а сами услуги можно оценить только после их выполнения. Неосвязаемый характер социокультурных услуг затрудняет процесс ценообразования и продвижение их на рынок.

Важной особенностью является *неразрывность производства и потребления услуги*. Производство социокультурных услуг проходит одновременно с их потреблением. Неразрывность производства и потребления представляет собой именно тот фактор, который делает услуги действительно услугами и отличает их от товара в материальной форме.

Неизбежным следствием неразрывности производства и потребления является *изменчивость качества* социокультурной услуги. Качество услуги существенно зависит от того, кто, где и когда ее предоставляет. Например, в одной гостинице сервис высокого качества, а в другой – более низкого. Даже один и тот же сотрудник в течение рабочего дня оказывает услуги по-разному.

Характерной особенностью социокультурных услуг является их *неспособность к хранению*:

- 1) услуги не существуют до начала их предоставления;
- 2) их нельзя хранить и складировать;
- 3) производство социокультурных услуг проходит одновременно с их потреблением.

Сущность социокультурных услуг заключается в том, что оказание их – это деятельность, поэтому услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их приобретет. А такие характеристики, как неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость качества, неспособность к хранению, увеличивают покупательский риск и затрудняют его оценку.

Культурный продукт – это завершенная единица культурно-досугового производства, в определенном формате предлагаемая потребителю. Также культурный продукт понимается как услуга, в определенном формате предлагаемая потребителю. Применяя методику сравнительного анализа на основе изучения законодательных документов о культуре, международных документов, научной, учебной литературы, Т. Г. Бутовой, А. Н. Жиратковой, И. И. Сергеевой предлагается типологизация и классификация культурных продуктов. В качестве критерия типологии культурных продуктов выступает морфологический, определяющий форму культурных продуктов, позволивший разделить все продукты на типы:

- информационные продукты, представляющие собой духовные идеи в форме образов и символов, воплощенных в определенной художественной форме и на определенных носителях;

- изделия, представляющие собой материальные продукты, произведения прикладных искусств, архитектурные произведения как способы воплощения идей авторов по определенной технологии, используя разные ресурсы;

- действия, представляющие собой исполнение произведений, фонограмм, постановок посредством игры, декламации, пения, танца в живом исполнении или с помощью технических средств в разных формах – сценическое, концертное действие, фестиваль и пр.;

- услуги, представляющие собой действия по доведению культурных продуктов до потребителей или по реализации образовательной и воспитательной функций;

- места, представляющие собой отдельные территории либо комплекс территорий и архитектурных и скульптурных произведений.

Г. А. Аванесова считает, что культурный продукт это завершенная единица культурно-досугового производства. Его со-

ставные части, спроектированные и реализованные разными специалистами в области культуры, досуга, менеджмента, образуют целостное единство, которое можно выносить на рынок, т.е. демонстрировать перед публикой, продавать как оригинал продукта, так и его копии [1, с. 112].

Культурный продукт существует в вещественно-материальном и невещественном виде. Вещественные продукты – это книги, компакт-диски, кинофильмы, нотная партитура музыкального произведения, записанные телевизионные программы и т.п. Вещественные продукты имеют реальную потребительскую стоимость, долговременный, возможно, и бесконечный характер жизни. Их можно копировать, копии продавать.

Невещественные продукты заключают в себе нематериальные усилия и духовно-ценностные аспекты деятельности творческих работников: театральные спектакли, игровая, праздничная программа, выставка, фестиваль, а также система услуг, оказываемая работниками фитнес-клуба, ресторана, казино и т.п. Эти продукты имеют временный, краткосрочный цикл жизни. Они быстро, иногда после «одноразового использования», прекращают свое существование, могут трансформироваться в новые формы, изменяя содержание, потребительскую стоимость.

Цена культурных продуктов имеет свойственные только ей характеристики, так как цена как экономическая категория вряд ли может выражать эстетические и творческие качества культурной продукции.

На современном этапе развития сферы культуры наступила стадия организационно-экономических преобразований. В этой связи в культурно-досуговой сфере стали необходимы новые пути решения вопросов деятельности учреждений, развития эффективной системы управления. Именно исследовательская деятельность является важным направлением, ориентирующим деятельность учреждений культурно-досуговой сферы на удовлетворение реальных интересов населения; необходимо знать востребованность и общественную значимость тех или иных культурных услуг, предоставляемых учреждениями культурно-досуговой сферы. Чтобы шагать в ногу со временем, нужно опираться на информационно-аналитическую основу, социологическую информацию, мониторинговые исследования культурных потребностей и запросов различных групп населения.

Поэтому активизация исследовательского и аналитического сопровождения деятельности культурно-досуговых учреждений становится актуальной.

При этом необходимо учитывать один важный аспект: запросы личности и спрос на культурно-досуговые услуги – понятия не идентичные. Запрос – это возможный уровень удовлетворения возникшей потребности, который существует в сознании потребителя услуги в идеальной форме. Спрос – это платежеспособная потребность покупателей в данном товаре при данной цене. Иными словами, спросом является не всякая потребность в данном товаре, а только такая, которая обеспечена наличием платежных средств (деньгами) у покупателя [5].

На основе анализа тех культурных услуг, которые предлагают на современном этапе культурно-досуговые учреждения, представляется возможным выделить следующую *классификацию услуг в области культурно-досуговой деятельности*:

1) музыкально-развлекательные (дискотеки, музыкально-развлекательные программы, концерты, музыкальные вечера отдыха и т.д.);

2) культурно-развлекательные (кинопросмотры, спектакли, выставки);

3) семейно-рекреационные (экскурсии, фестивали, конкурсы семейного творчества);

4) спортивно-оздоровительные (услуги спортивно-оздоровительного характера – бильярд, боулинг, фитнес-клубы, клубы любителей спорта, спортивно-развлекательные программы);

5) коммуникативно-развлекательные (любительские клубы, вечера отдыха, вечера встреч, студии детского досуга, тематические вечера отдыха и тематические развлекательные программы);

6) познавательно-образовательные (образовательные курсы, студии, экскурсии и др.);

7) креативно-творческие (кружки и студии декоративно-прикладного творчества, художественные коллективы, студии технического творчества, технические курсы и кружки и т.д.);

8) празднично-зрелищные (народно-обрядовые праздники, фестивали, театрализованные программы, театрализованные представления, выездные концерты, выездные спектакли и т.д.);

9) специфические социально-культурные услуги (услуги культорганизатора и ведущего для проведения вечеринок и программ, торжественная регистрация брака, беспроигрышные лотереи, выставки-продажи изделий декоративно-прикладного искусства, поздравления на дому, написание сценариев).

В сельской местности (в отличие от города) центр досуга (Дом культуры, сельский клуб) зачастую является единственным «поставщиком» культурных и досуговых услуг населению (используя рыночную терминологию). По результатам опроса, проведенного среди директоров и посетителей сельских клубных учреждений, наибольшей популярностью у населения пользуются следующие клубные культурно-досуговые услуги: концерты и спектакли, дискотеки и шоу-программы, конкурсно-игровые программы, концерты-поздравления, вечера отдыха, театрализованные представления, литературно-музыкальные гостиные, праздничные мероприятия и народные гулянья (8 Марта, Новый год, 23 февраля и т.д.), народно-обрядовые праздники, праздники деревень, проведение семейных торжеств, вечера-воспоминания, кинопоказы, услуги компьютерных центров и др.

Качество предоставляемых услуг начинает неуклонно повышаться, так как именно за качественную культурную услугу люди готовы платить. В качестве платных культурных услуг предоставляются и востребованы у населения следующие: занятия любительским художественным творчеством (танцевальные кружки и студии – взрослые и детские), спортивно-оздоровительные (занятия аэробикой, фитнесом, бильярдом), развлекательно-коммуникативные (вечера встреч, студии детского досуга, тематические вечера отдыха и тематические развлекательные программы – как для детей, так и для взрослых), музыкально-развлекательные (дискотеки, танцевальные вечера), зрелищные мероприятия (кинопоказы, театрализованные представления, выездные концерты и выездные спектакли), культурно-познавательные (экскурсии), специфические социально-культурные (услуги культорганизатора и ведущего для проведения вечеринок и программ, торжественная регистрация брака, беспроигрышные лотереи, выставки-продажи изделий декоративно-прикладного искусства, поздравления на дому, написание сценариев).

Посетители готовы платить как за клубные профильные услуги, так и за непрофильные услуги клубов – аренда помещений, прокат спортивного инвентаря, прокат видеокассет и дисков. В качестве потенциально востребованных услуг клубные посетители отмечают такие, как спортивно-оздоровительные занятия (услуги спортивных секций и спортивных залов, занятия настольным теннисом, бильярдом), услуги кафе-мороженого и безалкогольных напитков, культурно-зрелищные услуги (караоке-клубы, праздники деревень, детские праздники, семейные праздники, дискотеки и танцевальные вечера, вечера отдыха «Кому за...», свадебные обряды, корпоративные вечера), занятия художественным творчеством (кружки декоративно-прикладного творчества), специфические социально-культурные услуги (работа детских комнат, игровых площадок для детей при Домах культуры, интернет-кафе).

Вопросы сохранения и развития традиционной местной культуры становятся одними из приоритетных в деятельности сельских Домов культуры и клубов. По результатам анкетирования, проведенного среди директоров сельских клубов и сельских Домов культуры Минской области в 2011 г., отмечается интерес населения к участию в проведении народных праздников с ярко выраженной культурной местной спецификой (Купалье, Троица, Масленица, Гуканне вясны) и к участию в клубных формированиях, направленных на сохранение и развитие традиционной местной культуры. Кружки и студии декоративно-прикладного творчества особенно востребованы у детской аудитории.

В сложившихся условиях требуется осуществление кардинальных шагов по целенаправленному формированию сбалансированного рынка услуг культурного досуга, совершенствованию организационно-экономического механизма функционирования всей отрасли. В связи с этим актуальное значение приобретает разработка комплексной стратегии регулирования развития сферы культурного досуга, опирающейся на всестороннее исследование состояния регионального рынка культурно-досуговых услуг, выявление основных потребительских предпочтений и мотивов поведения потребителей.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Охарактеризуйте понятие «культурные услуги».
2. Что отличает культурную (социокультурную) услугу от материального блага?
3. Что такое «культурный продукт»?
4. Приведите типологизацию культурных продуктов.
5. Приведите классификацию услуг в области культурно-досуговой деятельности.

Литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. *Акимова, Л. А.* Социология досуга : учеб. пособие / Л. А. Акимова. – М. : МГУКИ, 2003. – 123 с.
3. *Демченко, Е. В.* Маркетинг услуг : учеб. пособие для вузов / Е. В. Демченко. – Минск : БГЭУ, 2002. – 161 с.
4. *Жарков, А. Д.* Культурно-досуговая деятельность в российском обществе как феномен XXI века / А. Д. Жарков // Мир культуры – культура мира : материалы науч.-практ. конф. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2005. – С. 208–212.
5. *Зиятдинова, Ю. Е.* Ноосфера культурных потребностей – феномен социализации культуры / Ю. Е. Зиятдинова. – М. : АРМ-ТАСС, 2008. – 482 с.
6. *Колбер, Ф.* Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер [и др.]. – СПб. : Арт-Пресс, 2004. – 256 с.
7. *Менеджмент в сфере культуры* : учеб. пособие / под общ. ред. И. М. Болотникова, Г. Л. Тульчинского. – СПб. : СПбГУКИ, 2007. – 448 с.
8. *Наумова, С. А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : Изд.-во ТПУ, 2003. – 127 с.
9. *Сфера услуг* : Экономика : учеб. пособие / под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2006. – 238 с.

4.3. Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси: практический аспект

Индустриализация сопровождается масштабными социальными изменениями, в том числе и индустриализацией культуры и досуга. Именно с возникновением городов и развитием современного индустриального и постиндустриального обще-

ства стало возможным возникновение и развитие культурно-досуговой индустрии.

Основными предпосылками развития культурно-досуговой индустрии являются: формирование общества массового производства и потребления и расширение сферы услуг в целом, растущие потребности населения в услугах рынка развлечений, стремительное развитие научно-технического прогресса и технологий, увеличение свободного времени вследствие технизации и оптимизации рабочего процесса, информационная глобализация, желание человека к самореализации в пространстве свободного времени. Культурно-досуговая сфера предоставляет определенную степень свободы на право индивидуального выбора занятий в рамках индустриальной цивилизации.

Культурно-досуговая индустрия выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. В этом отношении показательно высказывание Ф. Бретона и С. Пру о том, что «многие исследователи из разных стран, особенно начиная с 60-х годов, подчеркивали, что культура XX столетия (массовая) создавалась в условиях, похожих на те, которые существовали на заводах Форда» [2, с. 218].

Культурно-досуговая индустрия как инновационная социально-культурная технология в нашей стране находится в стадии становления и развития. В последние десятилетия в Беларуси сложились для этого соответствующие предпосылки, появились необходимые ресурсы. Становлению культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь содействовали нарастающие темпы экономического и социально-культурного развития, коммерциализация досуга, увеличение платежеспособности населения и спроса на культурно-досуговые услуги, создание на сложившемся широком рынке культурно-досуговых товаров и услуг конкурентной ситуации. Развитие культурно-досуговой индустрии тесно связано с вопросами малого и среднего бизнеса, предпринимательства в сфере культуры. В Республике Беларусь создана база нормативно-правового обеспечения, регулирующего предпринимательскую деятельность. В настоящее время учреждения и организации в сфере культурно-досуговой индустрии предоставляют значительное количество рабочих мест для населения.

Развитие культурно-досуговой индустрии – прерогатива в основном больших городов. Культурно-досуговая инфраструктура в крупных белорусских городах сегодня представлена культурно-развлекательными и спортивно-культурными комплексами и центрами, кинотеатрами, детскими развлекательными центрами, дискоклубами и ночными клубами, караоке-клубами, клубами-ресторанами, спорткомплексами, пейнтбольными клубами, боулинг-клубами, бильярд-клубами, казино, игровыми центрами. В республике действует пока единственный частный парк развлечений «Dreamland».

Как результат технического прогресса получают широкое развитие новые виды отдыха и развлечений: игорные дома, залы игровых автоматов, компьютерных игр, центры детских аттракционов, семейные развлекательные центры. Создалась целая индустрия, обслуживающая центры развлечений и активного отдыха.

Особой популярностью у населения начинают пользоваться большие многофункциональные культурно-развлекательные центры и комплексы. Они имеют многоцелевое назначение и включают рестораны, кафе, детские развлекательные центры, площадки для концертных выступлений. Планируется строительство новых культурно-развлекательных центров, где будет представлен широкий спектр досугово-развлекательных услуг: кафе, бары, оздоровительные комплексы, кегельбаны, кинозалы, ресторанные комплексы, боулинг-центры, крытые теннисные корты, бассейны, фитнес-клубы, сауны, комплексы аттракционов, тренажерные залы. Учреждениям и организациям культурно-досуговой индустрии Беларуси необходимо активнее налаживать сотрудничество с предприятиями большого и малого бизнеса.

В настоящее время в Республике Беларусь кино превратилось в один из самых массовых видов досуга и развлечений. В последние годы посещаемость белорусских (особенно минских) кинотеатров резко возросла. Кинозалы открываются в торгово-развлекательных центрах. Появляются многозальные кинотеатры как современные субъекты индустрии досуга и развлечений. Прежде всего они обеспечивают прокат большого количества картин. Популярными во всем мире киномультиплексы – это настоящие культурно-развлекательные многофункциональные комплексы, на чьих площадях располагаются

кафе, бары, площадки для концертных выступлений, зоны игровых автоматов, бильярдные и боулинг-клубы. На базе мультиплексов, помимо основных кинопоказов, проводятся презентации, выставки, театрализованные программы. Пока на территории Республики Беларусь имеется только один многозальный кинотеатр «Беларусь» (г. Минск).

С постепенным увеличением доходов населения растет спрос на услуги в досугово-развлекательной сфере и приходит понимание того, что покупки удобно совмещать с развлечениями. Иллюстрацией к этому процессу можно считать возникновение современных торгово-развлекательных комплексов (ТРК). Разнообразные развлечения становятся неотъемлемой частью деятельности многих современных белорусских торговых центров. Зачастую именно развлечения притягивают посетителей. Предпочтение отдается тому торгово-развлекательному центру, где можно не только сделать покупки, но и отдохнуть всей семьей. Торгово-развлекательные комплексы – это крупные торговые центры, сочетающие под одной крышей торговые площади, точки питания (кафе, бары, рестораны) и развлекательный блок (многозальные кинотеатры, дискотеки, боулинги, бильярды, концертные площадки, фитнес-центры, детские игровые площадки и т.д.). Появление торгово-развлекательных комплексов особенно сильное воздействие оказало на изменение досугового поведения жителей «спальных» районов городов. Произошла частичная переориентация способов проведения досуга в ТРК, которые стали более доступны территориально и предполагают возможность совместить несколько видов отдыха под одной крышей. При этом необходимо отметить, что в некоторых странах в ТРК проводятся тематические праздники (День знаний, День защиты детей, рождественские дни и пр.), благотворительные концерты для детей из малоимущих семей, выставки и продажи работ современных художников, концерты эстрадной и классической музыки, тематические кинопоказы.

Возможность содержательного отдыха, общения и рекреации предоставляют культурно-развлекательные комплексы, расположенные в туристических зонах Беларуси, на берегах рек, озер и водохранилищ. Здесь созданы условия для проведения семейного и корпоративного отдыха, организации деловых, спортивных и развлекательных мероприятий: корпоратив-

ных, профессиональных праздников, дней рождений, юбилеев, свадеб, детских праздников и утренников, спартакиад, конференций, семинаров, банкетов. Для активного и познавательного отдыха предлагаются посещения музеев, зоопарка, спортплощадка, дискотеки, караоке.

Горнолыжные спортивно-оздоровительные центры Беларуси («Раубичи», «Силичи», «Логойск», парк активного отдыха «Якутские горы») представляют собой масштабные комплексы по организации как спортивно-оздоровительных услуг, так и массовых развлекательных акций, проектов и мероприятий. В летний период они предлагают посетителям туры отдыха, различные игры (пейнтбол, пляжный волейбол, мини-футбол), прокат спортивного инвентаря, тир, бильярд. В зимний период для любителей горных лыж и сноуборда работают горнолыжный подъемник и спуск, трасса, пункт проката горных лыж и сноубордов, школа по обучению. На территории комплексов есть все условия для проведения частных праздников и корпоративных мероприятий любого формата.

На базе комплексов проходят крупномасштабные развлекательные акции. В августе 2009 г. впервые в Беларуси в комплексе «Логойск» проходил Международный фестиваль фейерверков «Навальніца», в котором приняли участие представители из шести стран.

В 2008 г. Минский научно-исследовательский институт социально-экономических проблем по заказу Мингорисполкома провел комплексное исследование современных форм индустрии досуга в Минске. По результатам исследования отмечается, что развитие индустрии досуга и развлечений находится в прямой зависимости от уровня доходов целевой аудитории этого рынка. Как наиболее привлекательные минчане отмечают массовые мероприятия, групповые неорганизованные формы и индивидуальные формы проведения досуга. В качестве объектов проведения досуга минчане выбирают аквапарки, торгово-развлекательные комплексы, фитнес-центры и другие спортивные объекты. Основные пожелания минчан сводились к следующему: ценовая доступность, близость досугово-развлекательных объектов к месту проживания, высокое качество услуг и их широкий спектр, возникновение современных объектов, организация семейного досуга. Можно прогнозировать возникновение в Минске в ближайшем будущем район-

ных культурно-досуговых центров. При создании таких центров важно учитывать, чтобы они предоставляли полный комплекс услуг, необходимых для организации активного отдыха разновозрастных категорий населения, развлечений, восстановления физических и духовных сил.

В настоящее время учреждениям и организациям культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь необходимо начать вести базы данных постоянных посетителей, зрителей, экскурсантов. Пока слабо ведется работа с членами виртуальных сообществ. Очень важно учитывать механизмы, которые побуждают людей выбирать тот или иной культурно-досуговый продукт или услугу. В стратегию развития культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь необходимо включить следующие направления:

- формирование законодательной базы в данной области;
- развитие информационно-аналитического агентства, специализирующегося в этой области;
- внедрение моделей функционирования предприятий культурно-досуговой индустрии в Беларуси на основе международного опыта в этой области, но с учетом национально-культурных и социально-экономических особенностей;
- организация курсов, проведение семинаров по бизнес-планированию в сфере культуры и досуга. Опыт проведения подобных семинаров в европейских странах показал востребованность и актуальность таких форм работы;
- проведение конференций для специалистов;
- публикация как зарубежных, так и российских исследований по данной проблематике.

Вопросы и задания для самопроверки

1. Раскройте основные предпосылки развития культурно-досуговой индустрии.
2. Каковы факторы формирования культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь?
3. Охарактеризуйте особенности развития культурно-досуговой индустрии в Беларуси.
4. Дайте характеристику деятельности наиболее популярных у населения Беларуси культурно-досуговых объектов.

Литература

1. *Арт-менеджмент* как вид управленческой деятельности : сб. ст. / под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, 2011. – 156 с.
2. *Брэтон, Ф.* Выбух камунікацыі : нараджэнне новай ідэалогіі / Ф. Брэтон, С. Пру ; пер. з фр. А. Мароза ; рэд. Ю. Залоска. – Мінск : Беларускі Фонд Сораса, 1995. – 336 с.
3. *Мельвиль, Е. Х.* Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства : учеб. пособие / Е. Х. Мельвиль. – М. : Изд-во «Дело» АНХ, 2010. – 192 с.
4. *Наумова, С. А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : Изд.-во ТПУ, 2003. – 127 с.
5. *Смаргович, И. Л.* Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси / И. Л. Смаргович // Вести Института современных знаний. – 2010. – № 3. – С. 62–65.
6. *Таппасханова, Е. О.* Маркетинговые аспекты управления индустрией культурно-развлекательных и досугово-рекреационных услуг / Е. О. Таппасханова, С. В. Галачиева, С. А. Махошева. – Нальчик : Полиграфсервис и Т, 2007. – 133 с.
7. *Темный, Ю. В.* Индустрия развлечений : анализ состояния, особенности менеджмента и маркетинга : учеб. пособие / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная, В. А. Стальная ; М-во образования и науки РФ, Волж.-Кам. филиал РМАТ. – Набережные Челны : ВКФ РМАТ, 2004. – 319 с.

4.4. Арт-менеджмент в культурно-досуговой индустрии

Г. Н. Новикова определяет арт-менеджмент как «управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации (продюсерского центра, фирмы)» [5, с. 22]. Говоря о менеджменте в культурно-досуговой индустрии, мы считаем, что нельзя ограничиваться утверждением того, что для него характерны те же особенности, что и для менеджмента другой области. Использование технологий арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии имеет свою специфику, так как культурно-досуговой продукт существует как в вещественно-материальном, так и в невещественном виде. Данная индустрия понимается как бизнес в сфере досугового сервиса, как производ-

ство продуктов и услуг на современной технической базе с использованием технологий и способов индустриального труда.

Культурно-досуговая индустрия с успехом использует экономические механизмы частного финансирования, кредитования и инвестирования, а также технологии фандрайзинга как способа привлечения финансовых средств на конкретные программы или проекты.

Развитие культурно-досуговой индустрии основывается на современных концепциях экономики культуры и маркетинговых стратегий в области социально-культурной деятельности. Производство культурной и досугово-развлекательной продукции напрямую относят к сфере индустриального производства. Производство досуговых продуктов опирается на технологии организации труда промышленного типа, которые создают возможности обслуживать большое количество потребителей культурно-досуговых товаров и услуг за относительно короткий период времени. В культурно-досуговой индустрии организационные и управленческие аспекты деятельности имеют свои особенности, связанные с ролью отдыха, развлечений и рекреации в жизни общества и человека. В мировоззрении белорусов оценка значимости индустрии отдыха в последнее время возрастает в связи с распространением, особенно среди деловых людей, своеобразного заболевания – синдрома хронической усталости. Для снятия напряжения требуются временная смена обстановки, переключение на досуговую деятельность, развлечения, участие в массовых мероприятиях, путешествия и походы, физические упражнения на природе, занятия в тренировочных залах и др. Практически любое культурное или развлекательное мероприятие, проект, ценность культуры могут являться культурным продуктом или услугой, так как их можно произвести, предложить и продать потребителям, используя известные маркетинговые и экономические технологии.

Формирование и развитие культурно-досуговой индустрии – прямое следствие достижения определенного уровня доходов населения, когда (после удовлетворения первичных базовых нужд людей) возникает потребность в дополнительных услугах и, главное, появляются средства для того, чтобы этими услугами пользоваться. Это подтверждается законом немецкого статистика и экономиста Э. Энгела, который гласит, что с увели-

чением дохода человека все большее количество средств тратится на культуру, развлечения и туризм.

Успех в культурно-досуговой индустрии (как и в любой другой) зависит от возврата вложенных средств через реализацию продукции. Следовательно, ориентация на потребителя, формирование и удовлетворение спроса в пространстве свободного времени становятся приоритетом и конечным результатом деятельности организаций культурно-досуговой сферы. Потребительские вкусы, между тем, быстро меняются. С одной стороны, успех в данной индустрии зависит от возможностей удовлетворить запросы потребителей, а с другой – вкусы потребителя можно не только формировать, но и возвышать.

Одной из важнейших маркетинговых технологий является исследование поведения посетителей казино, дискотек, игровых центров и других культурно-досуговых учреждений. Например, сферой компетенции международной консалтинговой и исследовательской компании АК-А (штаб-квартира находится в Копенгагене) являются городская индустрия развлечений, муниципальная культурная политика, развитие и поддержка городских творческих индустрий. Цель компании – проанализировать досуговое и культурное пространство городов. На основе полученных данных в АК-А вывели индекс развития индустрии культуры и развлечений каждого исследуемого города. Появились специализированные рынки и ярмарки аттракционов и автоматов, специализированные службы монтажа, сервиса, ремонта игровых автоматов и оборудования дискотек, организации по обучению обслуживающего персонала.

Маркетингу в арт-менеджменте культурно-досуговой индустрии даются различные определения. Применительно к рассматриваемому вопросу суть их можно свести к следующему: это деятельность, направленная на создание новых культурно-досуговых товаров, услуг и продуктов, а также на их рыночное продвижение посредством производственных технологий и управленческих методов. Основным рычагом становятся создание, продвижение и тиражирование культурно-досугового продукта и потребление его широкой аудиторией (эта тактика позволяет говорить именно об индустрии, а не просто о культурно-досуговой деятельности). В этом смысле рассматриваемая нами индустрия напрямую связана с технологиями продюсерства.

В культурно-досуговой индустрии ведется активный поиск новых маркетинговых схем, позволяющих культурно-досуговой индустрии выходить из привычных рамок (например, тактика «не публика доставляется к культурному и досуговому продукту, а продукт – к публике»; тактика адресности и дифференцированности создаваемого досугового продукта). Одним из важнейших маркетинговых инструментов в культурно-досуговой индустрии становится комплексность услуг (культура плюс индустрия развлечений, плюс здоровье, плюс спорт и образование). Создаются многофункциональные культурно-развлекательные и рекреационно-досуговые центры для всей семьи. Главной целью фактически становятся создание, продвижение и тиражирование культурно-досугового продукта и потребление его широкой аудиторией. Эта технология позволяет говорить именно об индустрии.

Роль PR-технологий и рекламы колоссальна во всех областях. Но в культурно-досуговой индустрии они оцениваются особенно высоко. Значительным маркетинговым рычагом в культурно-досуговой индустрии становится продвижение. Основными факторами, определяющими успех развлекательного центра, являются грамотно проведенное маркетинговое исследование и разработанная на этой основе концепция. В США, например, стоимость услуг консультантов оценивается в размере от 1% до 1,5% от общего объема инвестиций на реализацию проекта в целом.

Именно рынок свободного времени, то, как люди распорядятся своим досугом, и является предметом жесткой конкурентной борьбы различных досуговых учреждений. Поэтому наиболее эффективный путь – создавать комплексный культурно-досуговый продукт: культура + индустрия развлечений + здоровье + спорт + образование. Таким образом, важнейшими принципами формирования пакета предложений становятся дополнительность, комплексность услуг. Именно этими принципами обусловлено успешное функционирование во всем мире многофункциональных культурно-спортивно-развлекательных центров. Приведем пример: в Москве большой популярностью пользуется огромный по масштабам развлекательный центр «Самолет», на территории которого расположены боулинг, бильярд, кинозал, рестораны, кафе, бары, концертная площадка, ночной клуб, тир, картинг. Подобные культурно-

развлекательные центры предлагают культурно-досуговые услуги для всех категорий населения. Самый яркий пример и наивысший показатель развития развлекательных технологий в мире – семейные развлекательные центры: средоточие развлечений разного рода и масштаба. На огромных территориях в десятки гектаров под открытым небом (если позволяет климат) или в гигантских помещениях расположены, как правило, объединенные одной идеей аттракционы, тематические павильоны, кинотеатры, игровые автоматы, предприятия общепита, постоянно проводимые шоу и многое другое.

Обратимся к исследованиям российского эксперта в области PR-технологий Е. А. Лебедевой. Она пишет: «Следует признать, что все более и более серьезным конкурентом учреждениям культуры на рынке свободного времени в последнее время становятся магазины. Учитывая эти настроения, магазины помимо своего основного профиля – торговли – стали предлагать большой спектр досуговых услуг. Один из наглядных примеров – торговые центры в Москве. Под одной крышей здесь собраны не только бутики, но и целая сеть ресторанов, баров и кофеен, киноцентр с несколькими залами, детский клуб (где можно оставить ребенка на время похода по магазинам), боулинг, бильярд, караоке, массаж, фитнес, альпийская горка и т.д. Т.е. создана разносторонняя шопинго-развлекательная и рекреационная зона для всей семьи». На самом деле торговый центр поступает очень прагматично: предлагая «непрофильные» досуговые товары, он не только выручает дополнительные средства, но и задерживает потенциального покупателя на своих площадях, заставляя тем временем присмотреть в витринах дополнительные «объекты желания» [4]. Небольшие магазины одежды все активнее используют свои помещения как выставочные пространства, оборудуют в подвальных помещениях бары, библиотеки, клубы, видеосалоны. Таким образом создается среда для приятного времяпрепровождения, межличностной коммуникации и потребления культурных и досуговых товаров и услуг. Можно констатировать, что реализуется маркетинговая тактика – «не публика доставляется к продукту, а продукт – к публике»; идет поиск таких форм культурной деятельности, которые позволяли бы учреждениям культуры выходить из привычных рамок и активно внедряться в повседневную бытовую среду. Учреждениям и организациям куль-

турно-досуговой индустрии необходимо искать технологии взаимодействия с предприятиями большого и малого бизнеса, преследуя цель предоставления условий населению для удовлетворения потребностей в отдыхе, развлечениях, зрелищах и т.д.

Еще один важнейший принцип продвижения культурного продукта – это адресность и дифференцированность культурно-досугового товара, проекта или услуги. Чем точнее сформулировано, что за продукт, кому он предназначен и, соответственно, какими способами он будет продвигаться, тем выше коэффициент полезного действия. Можно взять любой канал распространения информации – личный, Интернет, визуальный, СМИ, но результат будет неизменен: нет и не может быть информации для всех ни по форме, ни по содержанию, ни по местам размещения и поиска сообщений. Дети, подростки, взрослые и люди старшего возраста воспринимают культурные продукты и услуги по-разному. То же касается образования, национальной специфики, политических убеждений, пристрастий.

Следующий базовый принцип продвижения культурного предложения – это масштаб коммуникации. Добиться реального результата можно только систематичностью действий. Организации же культуры обычно ограничиваются тем, что размещают информацию на собственной доске объявлений и приглашают двух-трех журналистов. И кажется, что все произойдет само собой. Это ошибочное и тактически неверное мнение. Необходима систематическая, продуманная, соотносящаяся с масштабом и целевой аудиторией PR- и рекламная компания. И тут опять приходится говорить, что сферу досуга опережают коммерческие организации. Особенно мобильны в этом плане дорогие магазины и салоны красоты, которые регулярно устраивают «клиентские дни» для своих завсегдатаев, да и вообще используют любой случай, чтобы напомнить о своем существовании: присылают поздравительные открытки к праздникам, календарики и еще массу всевозможных мелочей с символикой бутика или представленных в нем марок. При этом ставка делается на постоянное напоминание о своей организации и узнавание ее товаров. Они прекрасно понимают, что именно узнавание и напоминание являются основной движущей силой рекламы.

Также акцентируем внимание на том факте, что необходимо рекламировать не только культурно-досуговые продукты и услуги, но и саму организацию (учреждение, предприятие) и ее деятельность. В этой связи одним из важнейших аспектов деятельности культурно-досуговых учреждений выступает формирование положительного имиджа как залога потребительского спроса.

Исследователи давно зафиксировали факт перехода от реальной экономики к экономике символов и брендов. Поскольку на рынок выбрасывается много сходных товаров и услуг, имидж производителя зачастую оказывает решающее влияние на уровень спроса. Во главу угла ставится доверие к качеству и подлинности товара или услуги. А когда речь идет о сфере досуга, то тут люди и вовсе потребляют не столько сами товары и услуги, сколько их символическое значение. А потому работа с имиджем и престижем становится важнейшим направлением деятельности любого учреждения культуры. В Республике Беларусь есть организации, которые успешно решают такого рода задачи. Достаточно упомянуть грамотные маркетинговые проекты минского парка развлечений «Dreamland».

К сожалению, приходится отметить, что коммерческий сектор оказывается мобильнее некоммерческого. Учреждениям досуга следует поторопиться, пока их окончательно не вытеснили с рынка досуга магазины, бани и фитнес-клубы.

В последние десятилетия во всем мире, в том числе и в Беларуси, заметно меняются представления о том, как устроена экономика досуга в современном мире, какие экономические механизмы и управленческие технологии обеспечивают необходимый приток ресурсов в сферу культурно-досуговой индустрии. Экономическое и социально-культурное значение культурно-досуговой индустрии будет только возрастать. Для развития ее в Беларуси имеются достаточные предпосылки и ресурсы. Кроме того, специалистам культурно-досуговой индустрии можно опираться на мировой опыт использования управленческих, экономических, маркетинговых стратегий и технологий.

Вопросы и задания для самопроверки

1. В чем особенность арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии?
2. Опишите маркетинговые схемы в культурно-досуговой индустрии.
3. Как можно охарактеризовать понятие «комплексный культурно-досуговый продукт»?
4. Какие принципы продвижения культурного продукта наиболее целесообразны в настоящее время?

Литература

1. *Абанкина, Т. В.* Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» / Т. В. Абанкина // Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие. – М. : Фонд Ноу-Хау, 2001. – С. 28–45.
2. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
3. *Арт-менеджмент* как вид управленческой деятельности : сб. ст. / под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, 2011. – 156 с.
4. *Лебедева, Е. А.* Стратегии продвижения культурного продукта / Е. А. Лебедева // 60 параллель. – 2003. – № 2(9). – С. 15–17.
5. *Новикова, Г. Н.* Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.
6. *Темный, Ю. В.* Индустрия развлечений : анализ состояния, особенности менеджмента и маркетинга : учеб. пособие / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная, В. А. Стальная ; М-во образования и науки РФ, Волж.-Кам. филиал РМАТ. – Набережные Челны : ВКФ РМАТ, 2004. – 319 с.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность : теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

Аксюцік, М. І. Сацыяльна-культурная дзейнасць : вучэб.-метадыч. дапаможнік / М. І. Аксюцік. – Мінск : Ін-т сучасных ведаў, 2003. – 104 с.

Ариарский, М. А. Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 288 с.

Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / под ред. С. Б. Мойсейчук, А. И. Степанцова. – Минск : Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, 2011. – 156 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М. : Флинта : Моск. психол.-соц. ин-т, 1998. – 240 с.

Гимазетдинова, О. В. Научно-педагогические основы организации досуга детей и подростков : теория, методика и организация культурно-просветительской деятельности / О. В. Гимазетдинова, В. К. Крючек ; М-во культуры Рос. Федерации, С.-Петербур. гос. ун-т культуры и искусств, Волгоград. гос. ин-т искусств и культуры. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2003. – 217 с.

Грыгаровіч, Я. Д. Прыкладная культуралогія : вуч. дапаможнік / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – 228 с.

Ерошенков, И. Н. Культурно-воспитательная деятельность в современных условиях : лекция / И. Н. Ерошенков. – М. : НГИК, 1994. – 43 с.

Жарков, А. Д. Технология культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : МГУК : Профиздат, 2002. – 288 с.

Жарков, А. Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник для студентов вузов культуры и искусств / А. Д. Жарков. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2007. – 480 с.

Жаркова, Л. С. Культурно-досуговая деятельность : теория, практика и методика научных исследований : учеб. пособие для вузов культуры и искусств / Л. С. Жаркова, А. Д. Жарков, В. М. Чижиков. – М. : МГУК, 1994. – 110 с.

Жаркова, Л. С. Деятельность учреждений культуры : учеб. пособие / Л. С. Жаркова. – 3-е изд., исп., и доп. – М. : МГУКИ, 2003. – 234 с.

Каменец, А. В. Деятельность клубных учреждений в современных условиях : учеб. пособие / А. В. Каменец. – М. : МГУК, 1997. – 41 с.

Киселева, Т. Г. Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУКИ, 2004. – 539 с.

Кочеткова, В. Г. Организация содержательного досуга детей, молодежи, взрослых : учеб.-метод. пособие / В. Г. Кочеткова. – Самара : СИПКРО, 2008. – 146 с.

Культурно-досуговая деятельность : учебник для вузов культуры и искусств / Т. Г. Васильева [и др.]; под науч. ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.

Максютин, Н. Ф. Культурно-досуговая деятельность / Н. Ф. Максютин. – Казань : Казан. гос. ун-т, 1999. – 138 с.

Наумова, С. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / С. А. Наумова. – Томск : Изд.-во ТПУ, 2003. – 127 с.

Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.

Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Стрельцов, Ю. А. Культурология досуга : учеб. пособие / Ю. А. Стрельцов. – М. : МГУКИ, 2002. – 184 с.

Дополнительная

Абанкина, Т. В. Социальный маркетинг в «цивилизации досуга» / Т. В. Абанкина // Музеи. Маркетинг. Менеджмент : практ. пособие. – М. : Фонд Ноу-Хау, 2001. – С. 28–45.

Акимова, Л. А. Социология досуга : учеб. пособие / Л. А. Акимова. – М. : МГУКИ, 2003. – 123 с.

Аматарская мастацкая творчасць: пытанні тэорыі і практыкі : зб. арт. / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск : ІВЦ Мінфіна, 2009. – 152 с.

Андропова, И. Социальное партнерство в культурно-досуговой деятельности для пожилых людей / И. Андропова // Социальная работа. – 2004. – № 1. – С. 29–30.

Антонович, И. И. Свободное время и культура / И. И. Антонович, В. П. Скороходов. – Минск : Ковчег, 2008. – 230 с.

Бердышев, С. Н. Организация выставочной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Бердышев. – М. : Дашков и К, 2009. – 228 с.

Боганева, А. М. Новыя тыпы ўстаноў культуры і клубных фарміраванняў у галіне традыцыйнай культуры / А. М. Боганева, В. А. Лабачэўская // Веснік БелППК. – Мінск : БелППК, 1999. – С. 88–103.

Болотова, М. И. Организация семейного досуга в образовательной среде учреждения дополнительного образования детей : монография / М. И. Болотова. – М. : Компания Спутник +, 2005. – 52 с.

Герасимова, Н. Г. Организационно-педагогические условия развития творческих способностей учащейся молодежи в учреждениях культуры

/ Н. Г. Герасимова // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2011. – № 4. – С. 172–175.

Горушкина, С. Н. Многофункциональные центры культуры / С. Н. Горушкина // Справочное руководство учреждения культуры. – 2010. – № 5. – С. 97–102.

Гунаре, М. Толковый словарь актуальных социокультурных терминов / М. Гунаре, И. Маркина. – Рига : [Б.и.], 2007. – 299 с.

Дуликов, В. З. Социальные аспекты культурно-досуговой деятельности за рубежом : учеб. пособие для вузов культуры и искусств / В. З. Дуликов. – М. : Моск. гос. ун-т культуры, 1999. – 109 с.

Ерошенко, И. Н. Культурно-воспитательная деятельность среди детей и подростков : учеб. пособие для студентов вузов / И. Н. Ерошенко. – М. : ВЛАДОС, 2004. – 221 с.

Жарков, А. Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства : история, теория, технология. Ч. 2 / А. Д. Жарков. – М. : МГУКИ, 2004. – 216 с.

Забавы і гульні ў культуры правядзення вольнага часу гарадскога насельніцтва : зб. матэрыялаў Міжнар. навук.-практ. канф., Брэст, 1–3 крас. 2005 г. / Брэст. дзярж. ун-т імя А. С. Пушкіна ; рэдкал.: У. П. Люкевіч, П. П. Крусь, А. А. Зраневіч]. – Брэст : БрДУ імя А. С. Пушкіна, 2005. – 224 с.

Кузьмин, А. В. Ценностно-смысловой контекст досугового общения молодежи / А. В. Кузьмин // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2011. – № 6. – С. 81–85.

Левикова, С. И. Молодежная субкультура : учеб. пособие / С. И. Левикова. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 608 с.

Макарава, А. А. Сацыяльна-культурныя пераўтварэнні ў дзейнасці сучасных клубных устаноў / А. А. Макарава // Інфармацыйныя матэрыялы да рэспубліканскага семінара «Новыя падыходы да праблем сельскай культуры» (Мінск, 14–15 сн. 2000 г.). – Мінск : БелПІК, 2001. – С. 29–51.

Макарова, Е. А. Социально-культурная деятельность : состояние и особенности развития / Е. А. Макарова // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры. – 2008. – № 10. – С. 86–92.

Мануйлов, Б. Б. Организация рекреационного досуга в условиях мегаполиса : социально-культурные аспекты / Б. Б. Мануйлов // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2011. – № 4. – С. 163–166.

Мельвиль, Е. Х. Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и творческого предпринимательства : учеб. пособие / Е. Х. Мельвиль. – М. : Изд-во «Дело» АНХ, 2010. – 192 с.

Молодежь Беларуси на современном этапе : состояние, проблемы и пути их решения / ред. С. Д. Лаптенко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Минск : ИСПИ, 2004. – 342 с.

Монастырская, М. В. Культурно-досуговая деятельность торгово-развлекательных центров // Вестник Моск. гос. ун-та культуры и искусств. – 2007. – № 4. – С. 74–76.

Мосалев, Б. Г. Досуг : методология и методика социологических исследований : учеб. пособие / Б. Г. Мосалев. – М. : Моск. ун-т культуры, 1995. – 94 с.

Новаторов, В. Е. Культурно-досуговая деятельность : словарь-справочник / В. Е. Новаторов. – Омск : Изд-во Алт. гос. ин-та культуры, 1992. – 183 с.

Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.

Попок, И. И. Культурно-досуговая работа со студенческой молодежью в условиях общежития : учеб.-метод. пособие для педагогов-организаторов / И. И. Попок. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2008. – 96 с.

Праблемы і перспектывы развіцця платных паслуг // Матэрыялы да рэспубліканскага семінара дырэктараў раённых Дамоў культуры (16–18 кастр. 2003 г., г. Мінск) / склад. В. У. Мірончык, С. А. Сусалка. – Мінск : Беларус. дзярж. ін-т праблем культуры, 2003. – 156 с.

Сивурова, Л. П. Любительское художественное творчество / Л. П. Сивурова // Современная Беларусь : энцикл. справочник. В 3 т. Т. 3. Культура и искусство / редкол.: М. В. Мясникович [и др.]. – Минск : Белорус. наука, 2007. – С. 683–729.

Смаргович, И. Л. Инновационные формы досуговой деятельности современной молодежи в Беларуси / И. Л. Смаргович // Павышэнне ролі клубных устаноў у сацыякультурным жыцці рэгіёнаў : матэрыялы навук.-практ. канф. (22–23 ліст. 2006 г., г. Мінск). – Мінск : БелДППК, 2006. – С. 73–76.

Смаргович, И. Л. Социально-культурная активность молодежи в контексте деятельности неформальных объединений / И. Л. Смаргович // Молодежь и искусство – мост в будущее : материалы Междунар. конф., посв. 10-летию подписания Договора об образовании Сообщества Беларуси и России (16–18 авг. 2006 г., г. Минск). – Минск : БелГИПК, 2006. – С. 106–111.

Смаргович, И. Л. Культурно-досуговая индустрия : сущность и содержание / И. Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2007. – № 8. – С. 109–115.

Смаргович, И. Л. Развитие культурно-досуговой индустрии в Беларуси / И. Л. Смаргович // Вести Ин-та совр. знаний. – 2010. – № 3. – С. 62–65.

Смаргович, И. Л. Реформирование и оптимизация деятельности клубных учреждений Беларуси / И. Л. Смаргович // Культура. Наука. Творчество : сб. науч. ст. – Минск : Белорус. гос. акад. музыки, 2011. – Вып. 5. – С. 463–469.

Стальная, В. А. Индустрия развлечений: тенденции развития / В. А. Стальная // Маркетинг. – 2009. – № 4. – С. 91–104.

Стрельцов, Ю. А. Педагогика досуга : учеб. пособие / Ю. А. Стрельцов, Е. Ю. Стрельцова. – М. : МГУКИ, 2008. – 272 с.

Суртаев, В. Я. Социально-педагогические особенности молодежного досуга : учеб. пособие / В. Я. Суртаев. – Ростов н/Д. : СПбГАК, 1997. – 200 с.

Суртаев, В. Я. Миры культуры глазами молодых : учеб. пособие / В. Я. Суртаев. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. гос. ун-та культуры и искусств, 2004. – 288 с.

Таппасханова, Е. О. Маркетинговые аспекты управления индустрией культурно-развлекательных и досугово-рекреационных услуг / Е. О. Таппасханова, С. В. Галачиева, С. А. Махошева. – Нальчик : Полиграфсервис и Т, 2007. – 133 с.

Темный, Ю. В. Индустрия развлечений : анализ состояния, особенности менеджмента / Ю. В. Темный. – Набережные Челны : Изд-во Камского гос. политехн. ин-та, 2005. – 363 с.

Титов, Б. А. Социализация детей, подростков и юношества в сфере досуга / Б. А. Титов ; С.-Петербур. гос. акад. культуры, Рос. акад. образования, Центр социал. педагогики. – СПб., 1996. – 275 с.

Трегубов, Б. А. Свободное время молодежи : сущность, типология, управление / Б. А. Трегубов. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1991. – 152 с.

Туев, В. В. Социально-культурная деятельность в таблицах и схемах : учеб. пособие / В. В. Туев ; КемГУКИ, АлтГАКИ. – Барнаул : Изд-во АлтГАКИ, 2006. – 67 с.

Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Б. Л. Шекова. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2009. – 496 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная анимация : учеб. пособие / Н. Н. Ярошенко. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : МГУКИ, 2005. – 126 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Краткий словарь терминов

Гастроли – концертная программа, проводимая за пределами города, области, края, республики, с длительностью пребывания коллектива более суток.

Дисотека – культурно-развлекательное танцевальное мероприятие, проводимое в специально отведенном месте (развлекательном учреждении, ночном клубе) либо на открытом пространстве (танцплощадке).

Досуг – это часть свободного времени, предназначенная для отдыха и развития личности, потребления культурных ценностей, общения.

Индустрия досуга – отрасль народного хозяйства, специализирующаяся на производстве товаров и услуг для организованного досуга (Гунаре, М. Толковый словарь актуальных социокультурных терминов / М. Гунаре, И. Маркина. – Рига : [Б.и.], 2007. – 299 с.)

Индустрия культуры – представляет собой производство и распространение товаров и услуг, которые, когда они рассматриваются с точки зрения конкретного средства, употребления или цели, воплощают или несут в себе формы культурного самовыражения, независимо от своей возможной коммерческой ценности (*Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения* (принята ЮНЕСКО в 2005 г.).

Индустрия развлечений – индустрия, которая дает доход за счет предоставления людям отдыха и развлечений и предоставляет все необходимые для осуществления процесса развлечения услуги и товары.

Конкурс – соревнование, оцениваемое жюри посредством распределения мест или баллов, с целью выявления лучшего участника (коллектива), произведения, лучшей работы.

Концертная площадка – специально оборудованное место, предназначенное для проведения концертно-зрелищных мероприятий либо позволяющее организовывать концертно-зрелищные мероприятия.

Культура досуга – это качество личности, отражающее потребности и умение конструктивно использовать свое свободное время, которое реализуется в активном отдыхе, общении, удовлетворении социально-культурных потребностей и постоянном возвышении духовных интересов и потребностей личности посредством репродуктивной и творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию ценностей культуры.

Культурно-досуговая деятельность – это социально-культурная активность человека, проявляемая в рамках свободного времени. Культурно-досуговая деятельность представляет собой деятельность по удовлетворению основных социально-культурных потребностей людей в свободное время: в отдыхе и развлечениях, познании, общении, творчестве, празднике и зрелищах.

Культурно-досуговое мероприятие – массовое мероприятие, направленное на удовлетворение социально-культурных (духовных, эстетических, интеллектуальных, коммуникативных, рекреационно-развлекательных) потребностей населения в сфере досуга, способствующее приобщению граждан к культурным ценностям, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в том числе временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия). К культурно-досуговым мероприятиям относятся праздники, фестивали, концерты, спектакли, шоу-программы, вечера, презентации, выставки, дискотеки и другие аналогичные мероприятия, проводимые на бесплатной и платной основе.

Культурно-досуговые учреждения – это учреждения, предоставляющие населению разнообразные услуги социально-культурного, просветительского, развлекательного характера и создающие условия для развития любительского художественного творчества и досуга населения.

Культурное потребление – это приобретение и использование культурных продуктов, услуг, идей.

Культурный продукт – завершенная единица культурно-досугового производства, в определенном формате предлагаемая потребителю. Он существует в вещественно-материальном и невещественном виде. Вещественные продукты – это книги,

компакт-диски, кинофильмы, нотная партитура музыкального произведения, записанные телевизионные программы и т.п. Вещественные продукты имеют реальную потребительскую стоимость, долговременный, возможно, и бесконечный характер жизни. Их можно копировать, копии продавать. Невещественные продукты заключают в себе нематериальные усилия и духовно-ценностные аспекты деятельности творческих работников: театральные спектакли, игровая, праздничная программа, выставка, фестиваль, а также система услуг, оказываемая работниками фитнес-клуба, ресторана, казино и т.п. Эти продукты имеют временный, краткосрочный цикл жизни. Они быстро, иногда после «одноразового использования», прекращают свое существование, могут трансформироваться в новые формы, изменяя содержание, потребительскую стоимость (Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность, с. 112).

Культурные услуги – вид деятельности, результаты которой, не являющиеся осязаемыми и не переходящие в собственность клиента, производитель может предложить потребителю. К ним относят востребованные на социокультурном рынке продукты, не являющиеся товарами. Они приобретают развивающий, образовательный и творческий характер, заключают в себе содержательно-духовный потенциал. Такими услугами являются услуги воспитания, образования, индивидуального развития, услуги в сфере культуры и искусства, модельного и шоу-бизнеса и т.п. Множество видов услуг имеют двойственную природу – их можно назвать социокультурными (например, основные виды туристских услуг, рекреационно-оздоровительные услуги и др.), а значительное число этих услуг развивается преимущественно в сфере рекреации и досуга (Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность, с. 110).

Любительское художественное творчество – одна из форм народного творчества, специально организованная деятельность по созданию, освоению, сохранению и распространению художественных ценностей в условиях досуга. Включает в себя создание и исполнение художественных произведений силами любителей, выступающих коллективно (кружки, студии, коллективы) или индивидуально (певцы, чтецы, музыканты, танцоры и др.).

Любительские художественные коллективы (кружки) – форма организованной деятельности людей, основанной на

общности художественных интересов, совместном учебно-творческом процессе по освоению теоретических основ и исполнительских навыков музыкального, хореографического, театрального, циркового, изобразительного и декоративно-прикладного искусства; система по развитию и совершенствованию личности в процессе художественной деятельности.

Мастер-класс – урок, даваемый мастером; современная форма проведения обучающего занятия для отработки практических навыков по различным методикам и технологиям с целью повышения профессионального уровня и обмена передовым опытом, расширения кругозора (мастер-классы по декоративно-прикладному искусству, танцу, живописи, музыке и т.д.).

Методика КДД – процесс приема, переработки информации и трансформации ее в художественно-образный способ воздействия на потребителя; это механизм реализации теории в практическую деятельность учреждений культуры. Методика характеризуется как творческий процесс в технологи КДД.

Методами КДД принято называть совокупность способов, приемов, образов и действий по использованию средств воздействия на аудиторию. В культурно-досуговой деятельности имеются три родовых метода: метод иллюстрирования, метод театрализации и методы игры. Все остальные методы привнесены в нее извне.

Организация КДД – оптимальное упорядочение всех элементов технологического процесса в учреждениях культуры, с помощью которого достигаются четкая взаимосвязь, рациональная структура управления и взаимодействие с посетителями.

Перформанс (англ. performance – представление, действие) – вид концептуального искусства, в котором произведение составляют действия художника или группы в определенном месте и в определенное время. Специализируется на изображении переживаний, состояний сознания, социально-психологических явлений, возникающих в процессе человеческого общения. Перформанс планируется заранее и имеет сценарный план.

Потребители культурных услуг – социальные слои, целевые группы населения, охватываемые различными формами культурно-досуговой деятельности.

Рекреация – это процесс возобновления, восстановления, компенсации, регенерации физических, интеллектуальных, эмоциональных сил человека.

Свободное время – часть времени суток, свободная от труда в общественном хозяйстве и связанного с ним времени удовлетворения физиологических и бытовых потребностей и домашнего труда.

Социально-культурная активность – это качество личности, отражающее ее жизненную позицию и находящее свое выражение в нравственно мотивированном стремлении и готовности участвовать и проявлять инициативу в деятельности, связанной с созданием, освоением, сохранением и дальнейшим развитием ценностей культуры.

Социально-культурный центр (клуб социально-культурных услуг) – это учреждение, сочетающее функции как центра социально-бытового обслуживания, так и культурно-досугового назначения. В его структуру могут входить: помещения для занятий в клубных формированиях, для танцев, тренажерный зал, музей, кафе, фельдшерско-акушерский пункт, пункт бытового обслуживания с парикмахерской и швейной мастерской и пр.

Средства КДД – это пути (каналы) или способы передачи содержания в целях оказания влияния на сознание и эмоциональную сферу посетителей учреждения культуры. Также понимаются как «инструменты», «механизмы», с помощью которых раскрывается содержание. Они подразделяются на устные средства (живое слово, сценическая речь), печатные средства (газеты, журналы, литература), кино, радио, телевидение; художественная литература; искусство и художественное творчество, технические средства.

Творческие индустрии (англ. creative industries)

– организации и компании, осуществляющие предпринимательскую деятельность, при которой экономическая ценность производимых товаров или услуг неразрывно связана с их существованием в качестве элемента культуры;

– это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант и которое несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности (Creative Industries Mapping Document, 1988).

Форма КДД – организация, структура содержания культурно-досуговой деятельности, его выражение. Под формами культурно-досуговой деятельности следует понимать способы и приемы организации людей в учреждении культуры в целях доведения до них определенного содержания. В зависимости от характера аудитории и средств воздействия формы культурно-досуговой деятельности делятся на массовые, групповые и индивидуальные.

Хеппенинг (англ. happening) – форма художественного представления, построенная на импровизации и не имеющая четкого сценария, в которой события и действия являются самоцелью.

Ценности досуга – это набор ценностных ориентаций и форм поведения, способствующих самореализации внутренних творческих потенций личности в свободное время.

Экскурсия (лат. excursio – поездка) – коллективное посещение музея, достопримечательного места, выставки, производства и т.п.; поездка, прогулка с образовательной, научной, спортивной или увеселительной целью.

Тематика курсовых работ

1. Культурно-досуговая деятельность: понятийный аппарат, функции, принципы.
2. Понятие и сущность термина «цивилизация досуга».
3. Общественный потенциал культурно-досуговой деятельности.
4. Государственные механизмы в развитии культурно-досуговой деятельности.
5. Основные социально-культурные потребности человека в сфере досуга и механизмы их удовлетворения.
6. Социальная обусловленность досуговых занятий и предпочтений.
7. Современные концепции культурно-досуговой деятельности.
8. Сущность и структура технологии КДД.
9. Организация КДД как составная часть технологического процесса.
10. Методика КДД как творческий процесс.
11. Рекреационно-оздоровительные (культуротворческие, познавательно-образовательные, игровые, творческие, празднично-зрелищные, коммуникативные, анимационные, арт-терапевтические) технологии в культурно-досуговой деятельности.
12. Инновационные технологии организации КДД населения.
13. Инфраструктура культурно-досуговой сферы: ее развитие в Республике Беларусь.
14. Культурно-досуговая инфраструктура в условиях города (села).
15. Формы, средства и методы КДД и их использование в практике культурно-досуговой деятельности.
16. Массовые (индивидуальные, групповые) формы организации культурно-досуговой деятельности.
17. Субъекты культурно-досуговой деятельности: классификация, основные характеристики.
18. Дворец (Дом) культуры (парк культуры и отдыха, кино-театр, культурно-досуговый центр, спортивно-культурный центр и др.) как субъект организации культурно-досуговой деятельности.

19. Деятельность коммерческих культурно-развлекательных центров (диско клубов, караоке-клубов, досуговых центров и др.).
20. Общественные объединения как субъекты организации культурно-досуговой деятельности.
21. Учреждения дополнительного образования как субъекты организации культурно-досуговой деятельности детей (подростков, молодежи).
22. Развитие учреждений клубного типа в РБ.
23. Особенности организации культурно-досуговой деятельности разных категорий населения (на выбор – дети, подростки, молодежь, люди пожилого возраста, семья, социальные группы и др.).
24. Развитие семейного художественного творчества в учреждениях культурно-досуговой сферы.
25. Организация деятельности любительских объединений (на выбор – кружков, студий, клубов, коллективов).
26. Детский (подростковый, молодежный) клуб как форма организации КДД детей (подростков, молодежи).
27. Значение личности педагога в организации культурно-досуговой деятельности детей (подростков).
28. Реализация культурно-досуговых потребностей молодежи посредством Интернет.
29. Традиционные и инновационные формы организации КДД молодежи.
30. Досуг в структуре молодежной культуры.
31. Социализация детей (подростков) средствами КДД.
32. Игровая деятельность в процессе социализации детей.
33. Развитие платных культурных услуг в учреждениях культурно-досуговой сферы.
34. Сюжетно-ролевые игры (конкурсно-игровые программы, театрализованные представления, выставки, дискотеки, музыкально-развлекательные программы и др.) как формы организации культурно-досуговой деятельности.
35. Игровые формы культурно-досуговой деятельности.
36. Эстетическое (нравственное, экологическое, патриотическое и др.) развитие детей средствами КДД.
37. Художественное любительское творчество: понятие, классификация, условия развития.

38. Развитие вокально-хорового жанра (театрального, инструментального, хореографического, декоративно-прикладного) любительского художественного творчества.

39. Народный (образцовый) коллектив художественного творчества как высшая форма развития коллектива.

40. Развитие любительского технического творчества: виды, общая характеристика.

41. Нормативно-правовое регулирование культурно-досуговой деятельности в РБ.

42. Основные тенденции развития культурно-досуговой сферы в РБ.

43. Культурно-досуговая индустрия: сущность, условия развития.

44. Анимационные программы в туристических комплексах.

45. Развитие досугового сервиса на современном этапе.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУИМ

Вопросы к экзамену

1. Культурно-досуговая деятельность: понятие, содержание, функции.
2. Культурно-досуговая деятельность как средство развития личности человека.
3. Типология форм проявления культурно-досуговой деятельности
4. Современные концепции досуговой деятельности.
5. Принципы культурно-досуговой деятельности.
6. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности.
7. Субъекты культурно-досуговой деятельности.
8. Учреждения культурно-досуговой сферы: типология, виды деятельности.
9. Научный анализ культурно-досуговой деятельности.
10. Государственные механизмы в развитии досуга.
11. Приоритеты государственной культурной политики в области культурно-досуговой деятельности.
12. Нормативно-правовая база культурно-досуговой сферы в РБ.
13. Информационное обеспечение культурно-досуговой сферы.
14. Технология культурно-досуговой деятельности: понятие и сущность.
15. Основные виды технологий организации культурно-досуговой деятельности.
16. Организация культурно-досуговой деятельности: понятие и сущность.
17. Методика культурно-досуговой деятельности: понятие и сущность.
18. Формы культурно-досуговой деятельности.
19. Методы культурно-досуговой деятельности.
20. Средства культурно-досуговой деятельности.
21. Учреждения клубного типа в Беларуси.
22. Организация деятельности любительских объединений и клубов по интересам.
23. Коллективы любительского художественного творчества: жанрово-видовой состав.

24. Организация деятельности учебно-тренировочных досуговых объединений.
25. Новые типы учреждений культуры в Беларуси.
26. Парки культуры и отдыха в Беларуси.
27. Концертно-зрелищные учреждения.
28. Концертно-гастрольная деятельность в РБ.
29. Коммерческие культурно-досуговые учреждения.
30. Культурно-досуговая деятельность социально-культурных институтов.
31. Особенности организации культурно-досуговой деятельности в условиях города.
32. Особенности организации культурно-досуговой деятельности на селе.
33. Основы финансирования культурно-досуговых учреждений.
34. Основные тенденции развития культурно-досуговой деятельности.
35. Особенности организации культурно-досуговой деятельности детей.
36. Особенности организации культурно-досуговой деятельности подростков.
37. Особенности организации культурно-досуговой деятельности молодежи.
38. Особенности организации культурно-досуговой деятельности пожилых.
39. Особенности организации культурно-досуговой деятельности семьи.
40. Культурно-досуговая индустрия: понятие и сущность.
41. Факторы формирования культурно-досуговой индустрии в Республике Беларусь.
42. Общая характеристика развития культурно-досуговой индустрии в Беларуси.

**Список нормативно-правовых документов,
обеспечивающих функционирование
культурно-досуговой сферы в Республике Беларусь**

Конституция Республики Беларусь 1994 г. (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.).

Законы Республики Беларусь

О культуре в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 4 июня 1991 г. № 832-ХИ. (Последняя редакция 2004 г.)

О народном творчестве, народных промыслах (ремеслах) в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 9 июля 1999 г. № 282-З.

О творческих союзах и творческих работниках: Закон Республики Беларусь от 16 декабря 1999 г. № 342-З.

О кинематографии в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 14 июня 2004 г. № 292-З.

Об охране историко-культурного наследия Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 9 января 2006 г. № 98-З.

Об авторском праве и смежных правах: Закон Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З.

Указы Президента Республики Беларусь

О некоторых вопросах деятельности фонда Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства: Указ Президента Республики Беларусь от 13 декабря 2004 г. № 601.

Об утверждении перечня изделий народных промыслов (ремесел), признанных художественной ценностью, обороты по реализации которых на территории Республики Беларусь освобождаются от налогообложения на добавленную стоимость: Указ Президента Республики Беларусь от 7 февраля 2006 г. № 81.

О некоторых вопросах формирования, ведения и использования банков данных одаренной и талантливой молодежи: Указ Президента Республики Беларусь от 26 апреля 2010 г. № 199.

О поддержке отдельных организаций культуры и внесении изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 1999 г. № 770: Указ Президента Республики Беларусь от 3 сентября 2010 г. № 457.

Об организации культурно-зрелищных мероприятий: Указ Президента Республики Беларусь от 19 октября 2010 г. № 542.

Постановления Правительства Республики Беларусь

Об утверждении Положения о народном мастере: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 апреля 2000 г. № 471.

Об утверждении Положения о порядке присвоения звания «заслуженный любительский коллектив Республики Беларусь»: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 2 ноября 2001 г. № 1609.

Об утверждении перечня государственных учреждений культуры, имеющих особое значение для сохранения, развития и распространения белорусской национальной культуры, реорганизация и ликвидация которых осуществляется с согласия Правительства Республики Беларусь: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 сентября 2004 г. № 1129.

Об утверждении Положения о порядке организации и проведения фестивалей на территории Республики Беларусь, финансируемых из республиканского и (или) местных бюджетов: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 18 апреля 2006 г. № 521.

Об утверждении Положения об организации проведения дискотек и работы культурно-развлекательных (ночных) клубов в Республике Беларусь: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 14 мая 2007 г. № 582.

Об утверждении Правил киновидеообслуживания населения: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 мая 2007 г. № 684.

Об утверждении Государственной программы «Культура Беларуси» на 2011–2015 годы: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 декабря 2010 г. № 1905.

Об утверждении Положения об опекуном совете организации культуры: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 марта 2011 г. № 308.

Об утверждении Положения о порядке проведения конкурса на организацию и (или) проведение культурных мероприятий по социально-творческим заказам и порядке финансирования таких мероприятий: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 23 декабря 2011 г. № 1726.

***Нормативно-правовые акты
Министерства культуры Республики Беларусь***

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 29 сентября 2010 г. № 36 «Об определении перечня должностей работников культурно-просветительных учреждений, трудовые функции которых соответствуют основному виду деятельности данных учреждений».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 6 ноября 2008 г. № 38 «Об утверждении Положения о народном (образцовом) непрофессиональном (любительском) коллективе художественного творчества в Республике Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 26 сентября 2008 г. № 34 «Об утверждении Положения о непрофессиональном (любительском) коллективе художественного творчества в Республике Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 11 апреля 2008 г. № 13 «Об утверждении Положения об аутентичном фольклорном коллективе художественного творчества в Республике Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 30 мая 2007 г. № 25 «Об утверждении Инструкции по учету сценическо-постановочных средств в театрально-зрелищных организациях».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 30 декабря 2006 г. № 45 «Об утверждении Правил по охране труда для цирков».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 11 декабря 2006 г. № 41 «Об утверждении Правил по охране труда при эксплуатации аттракционов».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 30 ноября 2006 г. № 39 «Об утверждении Инструкции о порядке планирования расходов на содержание учреждений культуры, финансируемых из бюджета».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 30 октября 2006 г. № 33 «Об утверждении Правил по охране труда для зоопарков».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 30 октября 2006 г. № 32 «Об утверждении Правил по охране труда для культурно-просветительных учреждений, находящихся в сельской местности».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 18 октября 2006 г. № 27 «Об утверждении Правил по охране труда в парках культуры и отдыха, городских садах».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 11 февраля 2005 г. № 4 «Об утверждении Правил по охране труда для театров и концертных залов».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 2 декабря 2004 г. № 28 «Об утверждении Положения о театрально-зрелищной организации Республики Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 2 ноября 2004 г. № 23 «Об утверждении Положения о клубном учреждении в Республике Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 2 ноября 2004 г. № 22 «Об утверждении Положения о парке культуры и отдыха в Республике Беларусь».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 2 ноября 2004 г. № 21 «Об утверждении Положения о районном (городском) методическом центре народного творчества (культурно-просветительской работы)».

Постановление Министерства культуры Республики Беларусь от 13 декабря 2000 г. № 27 «Об утверждении Положения об экспертной комиссии по народному искусству, народных промыслах (ремеслах) в Республике Беларусь».

Приказ Министерства культуры Республики Беларусь от 1 января 1996 г. № 5 «О типовых штатах культурно-просветительных учреждений».

Положение Министерства культуры Республики Беларусь от 18 января 1999 г. «О Центре (Доме) ремесел».

Положение Министерства культуры Республики Беларусь от 21 января 1997 г. «О порядке выплаты суточных и наград членам художественных коллективов, выезжающих на гастроли за границу».

Другие нормативно-правовые документы

О туризме: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З; с изменениями и дополнениями.

О мерах по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь от 2 июня 2006 г. № 372.

Об утверждении инструкции по учету платных услуг населению: постановление Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 27 июня 2002 г. № 57.

Положение об учреждении, обеспечивающем получение внешкольного воспитания и обучения: постановление Министерства образования Республики Беларусь 31.12.2002 г. № 59.

Об утверждении положений о лицензировании деятельности в сфере игорного бизнеса и туристической деятельности: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 20 октября 2003 г. № 1377; с изменениями и дополнениями.

Об утверждении перечня услуг в сфере культуры и искусства, обороты по реализации которых на территории Республики Беларусь освобождаются от обложения налогом на добавленную стоимость: Указ Президента Республики Беларусь от 4 апреля 2006 г. № 194.

О лицензировании отдельных видов деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 1 сентября 2010 г. № 450.

Примечание. Представленный список является далеко не полным. Полную информацию можно найти на официальном интернет-портале Президента Республики Беларусь, сайте Министерства культуры Республики Беларусь, правовых порталах РБ.

Технология создания сюжетно-ролевой игры

Создание сюжетно-ролевой игры – процесс достаточно длительный и трудоемкий. Он включает:

- а) выбор проблемы, которую решает игра;
- б) постановку цели и задач игры, прогнозирование возможных результатов;
- в) создание моделей исходной ситуации игрового мира;
- г) выбор сюжета, построение логики игрового действия;
- д) создание игрового материала (написание общей и индивидуальной легенд, информации для ведущего игры, подготовка игрового инструментария, элементов оформления игры).

По традиции, сложившейся в практике сюжетно-ролевого моделирования, ведущего игры принято называть мастером. В процессе проведения игры мастер выполняет ряд функций: организация игрового процесса, контроль за выполнением игровых процедур и правил, оптимизация игрового процесса. Мастер не является участником игры, поэтому он остается эмоционально и действенно не включенным в развитие сюжета [2, с. 14–15].

Немалое значение для успешного проведения игры имеет внешнее оформление. Оно представляет собой элементы костюмов, декораций, музыкальное оформление, шумовые и световые эффекты и т.д. Это создает ощущение реальности проживания в игровом мире, усиливает деятельное участие в игре, снимает излишнее эмоциональное напряжение участников.

Необходимой частью методического обеспечения игрового процесса является наличие определенной игровой документации: методические рекомендации мастеру по проведению данной игры, общая легенда игры, индивидуальные легенды игроков, список участников и таблица распределения ролей.

Общие правила сюжетно-ролевой игры:

1. Правило игровой территории – действовать можно только в пределах игрового помещения.
2. Правило игрового времени – время начала и завершения игры определяется мастером.

3. Закон игровых средств – выполнять игровые действия можно только теми средствами, которые предусмотрены в игре или вводятся дополнительно мастером.

4. Закон игрового образа – действовать можно только в соответствии с игровой ролью.

5. «Мастер всегда прав» – все конфликты между участниками разрешаются только мастером, его действия не осуждаются и не оспариваются [2, с. 14–15].

Этапы проведения игры:

1) этап подготовки участников – ознакомление участников с исходной игровой информацией, объяснение правил игры, ознакомление с общей легендой, распределение ролей, раздача индивидуальных легенд и игрового инструментария, индивидуальное консультирование участников;

2) этап собственно игрового действия;

3) этап подведения итогов игры – обсуждение участниками сюжета и хода игры, рефлексия игрового поведения [2, с. 19]. Сюжетно-ролевая игра представляет собой модель мира, где в игровых условиях воспроизводятся реальные и вымышленные жизненные ситуации, явления, закономерности, взаимоотношения. В сюжетно-ролевой игре возможно моделирование социальных отношений на уровне стран, поколений, разновозрастных групп, межличностных отношений и отношений «личность – группа». В технологии игры используются исторические, фантастические, детективные модели, проигрываются современные проблемы и темы.

Информация об игровом мире существует в виде описания и представляется игрокам как общая легенда игры. В этой легенде могут быть описаны физические, социальные, экономические, политические характеристики данного игрового мира, основные действующие лица, завязка игрового действия и конфликт, временные и пространственные рамки. Этой информацией должны владеть все участники на момент начала игры.

Помимо общей легенды, существуют индивидуальные легенды для каждого участника, в которых содержатся описание роли, системы взаимоотношений между игроками, возможные стереотипы поведения. Также в легенде содержатся цель, задачи, которые должны быть выполнены игроком в течение игрового времени.

В сюжетно-ролевой игре предполагается активная и самостоятельная позиция в выборе логики игрового поведения в рамках полученной роли в отличие от театрального действия, где сюжет задан строго и ролевое поведение строго определено.

Выигрыш в сюжетно-ролевой игре определяется достижением игроком цели и задач, поставленных в легенде. Выигрывают, понятно, не все, поскольку игровые задачи пересекаются, создавая зону конфликта – основного двигателя игрового действия. Высокий эмоциональный накал в процессе игры заставляет участников принимать решения в ситуации ограниченного времени, в условиях стресса, что обеспечивает диагностический компонент в игре и предоставляет возможности для личностной коррекции. В таких условиях участники иногда вынуждены кардинально менять стереотипы поведения, убеждения, установки. Это позволяет им выйти за пределы имеющегося опыта, приобрести и закрепить новые, наиболее эффективные навыки и умения.

Использование сюжетно-ролевых игр способствует развитию творческого потенциала молодежи, активизации мыслительной деятельности, развитию коммуникативных умений и способности встать на позицию другого, что позволяет осваивать новый опыт и лучше ориентироваться в окружающем мире.

Литература

1. Романчик, Н. В. Большая сюжетно-ролевая игра «Средиземье»: метод. пособие / Н. В. Романчик, Е. П. Маркович. – Минск : БГПУ им. М. Танка, 1998. – 51 с.

2. Романчик, Н. В. Сюжетно-ролевое моделирование в процессе подготовки руководящих работников высшей школы / Н. В. Романчик, Е. П. Маркович. – Минск : РИВШ, 2002. – 116 с.

ЗАЦВЕРДЖАНА
Пастанова
Міністэрства культуры
Рэспублікі Беларусь
02.11.2004 № 23

**Палажэнне
аб клубнай установе ў Рэспубліцы Беларусь**

**Глава 1
Агульныя палажэнні**

1. Палажэнне аб клубнай установе вызначае асноўныя прынцыпы дзейнасці, прававыя і сацыяльна-эканамічныя ўмовы стварэння і функцыянавання клубных устаноў, якія ўзаемадзейнічаюць з бібліятэкамі, музеямі, паркамі і іншымі ўстановамі культуры і прызначаны забяспечыць разнастайнасць культурнага жыцця Рэспублікі Беларусь.

2. Клубнай установай прызнаецца ўстанова культуры, якая ажыццяўляе асветныя, выхаваўчыя і забаўляльныя функцыі праз стварэнне фізічным асобам спрыяльных умоў для заняцця народнай і мастацкай творчасцю, задавальнення іх пазнавальных патрэбнасцей, а таксама патрэбнасцей у самаадукацыі, духоўным і фізічным развіцці, міжасобасных адносінах і адпачынку.

3. Дзяржаўныя клубныя ўстановы даступныя для наведвання іх фізічнымі асобамі. Дзейнасць дзяржаўных клубных устаноў грунтуецца на добраахвотнасці ўдзелу фізічных асоб у клубных фарміраваннях, прызнанні ў якасці асновы іх функцыянавання грамадскай ініцыятывы і самадзейнасці, на спалучэнні індывідуальнай і групавой работы, кіравання і самакіравання.

4. Клубная ўстанова ажыццяўляе сваю дзейнасць у адпаведнасці з заканадаўствам і статутам (палажэннем) клубнай установы, які распрацоўваецца ў адпаведнасці з дадзеным Палажэннем і зацвярджаецца яе заснавальнікам.

Глава 2

Асноўныя задачы і прынцыпы дзейнасці клубнай установы

5. Асноўнымі задачамі клубнай установы з'яўляюцца:

зберажэнне і развіццё здабыткаў нацыянальнай культуры, традыцыйных формаў культурнай дзейнасці і адпачынку;

развіццё аматарскай мастацкай творчасці ва ўсіх праявах, раскрыццё і падтрымка творчых індыўдуальнасцей і талентаў, носьбітаў аўтэнтчнага фальклору;

садзейнічанне пазнавальнай актыўнасці розных груп насельніцтва, самаадукацыі ў галіне літаратуры, мастацтва, гісторыі, навукі, эканомікі, вытворчасці, культуры быту, інавацый і іншых;

стварэнне ўмоў для рэалізацыі інтэлектуальна-творчага патэнцыялу і павышэння духоўнасці чалавека;

практычная падтрымка сацыяльна значных творчых ініцыятыў аматарскіх аб'яднанняў, клубаў, грамадскіх суполак, у тым ліку тых, якія спрыяюць развіццю нацыянальных культур на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь;

фарміраванне ў розных катэгорый насельніцтва ўмення і звычкі рацыянальнай, грунтоўнай, трывалай і гуманнай арганізацыі і самаарганізацыі свайго вольнага часу;

метадычная і практычная прафесійная дапамога арганізацыям і грамадзянам па пытаннях сваёй кампетэнцыі на ўзаемакарысных умовах.

6. Асноўнымі прынцыпамі дзейнасці клубнай установы з'яўляюцца:

забеспячэнне канстытуцыйнага права грамадзян Рэспублікі Беларусь на свабоду творчасці, аднолькавы доступ да ўдзелу ў культурным жыцці і карыстання паслугамі, якія прадастаўляюць клубныя ўстановы;

гуманістычны характар дзейнасці клубнай установы, прыярытэт агульначалавечых каштоўнасцей, свабоднага развіцця асобы;

апора на грамадскую ініцыятыву і самадзейнасць, спалучэнне індыўдуальнай, групавой і масавай работы, галоснасці, кіравання і самакіравання;

дыферэнцыяцыя і спецыялізацыя дзейнасці ў залежнасці ад мясцовых асаблівасцей гістарычнага і культурнага развіцця рэгіёна;

садзейнічанне ў захаванні адзінства культурнай прасторы краіны, у падтрымцы і развіцці самабытных нацыянальных культур, рэгіянальных і мясцовых культурных традыцый і асаблівасцей ва ўмовах шматнацыянальнай дзяржавы.

Глава 3

Асноўныя віды клубных устаноў і напрамкі іх дзейнасці

7. Па ўзроўні арганізаванасці, матэрыяльна-тэхнічнай і кадравай базы, грамадскіх сувязей і адносін клубная ўстанова можа быць:

шматпрофільнай, якая забяспечвае падтрымку і развіццё культурна-творчай, асветніцкай дзейнасці, розных кірункаў, формаў, відаў і жанраў арганізацыі вольнага часу;

аднапрофільнай, якая забяспечвае разнастайнасць дзейнасці на аснове канкрэтнага кірунку ці віду сацыякультурнай дзейнасці, а таксама функцыянуючай у якасці пракатнай пляцоўкі для правядзення культурна-масавых і іншых грамадскіх мерапрыемстваў.

8. Асноўныя віды клубных устаноў:

клубныя ўстановы ўніверсальна-комплекснага характару дзейнасці, функцыянуючыя па адміністрацыйна-тэрытарыяльным прынцыпе: сельскія клубы, сельскія, пасялковыя, гарадскія, раённыя, абласныя, рэспубліканскія дамы, цэнтры, палацы культуры і іншыя;

клубныя ўстановы, арыентаваныя на культурныя інтарэсы пэўных прафесійных, нацыянальных і іншых сацыяльна-дэмаграфічных катэгорый насельніцтва: клубы, дамы, цэнтры традыцыйнай культуры, народнай творчасці, рамёстваў і фальклору, нацыянальных культур, творчай інтэлігенцыі, жанчын, моладзі, пенсіянераў, эстэтычнага выхавання дзяцей, тэхнічнай творчасці, кінапаказу, гульні і цацкі і іншыя;

клубныя ўстановы, арыентаваныя на сумяшчэнне клубнай дзейнасці з работай розных тыпаў устаноў культуры, побыту, спорту, гандлю і іншых: дамы і клубы культурна-сацыяльных паслуг, клубы-бібліятэкі, клубы-музеі, культурна-спартыўныя цэнтры, клубы-кафэ і іншыя;

клубныя ўстановы, спецыялізаваныя на перасоўным характары дзейнасці з выкарыстаннем розных транспартных сродкаў: агітбрыгады, аўтаклубы, плаўклубы і іншыя.

9. Асноўнымі напрамкамі дзейнасці клубнай установы з'яўляюцца:

стварэнне і арганізацыя работы калектываў, студый і гурткоў аматарскай мастацкай творчасці, народных тэатраў, філармоній, музеяў, аматарскіх аб'яднанняў і клубаў па культурна-пазнавальных, гісторыка-краязнаўчых, навукова-тэхнічных, прыродна-экалагічных, культурна-бытавых, калекцыйна-збіральных і іншых інтарэсах, іншых клубных фарміраванняў;

арганізацыя і правядзенне фестываляў, аглядаў, конкурсаў, выставак і іншых формаў паказу вынікаў творчай дзейнасці клубных фарміраванняў;

правядзенне канцэртаў, спектакляў, іншых тэатральна-відовішчых і выставачных мерапрыемстваў, у тым ліку з удзелам прафесійных калектываў, выканаўцаў і аўтараў;

дэманстрацыя кінафільмаў і відэапраграм;

арганізацыя работы шматлікіх кансультацый і лекторыяў, народных універсітэтаў, школ і курсаў прыкладных ведаў, правядзенне тэматычных вечароў, вусных часопісаў, цыклаў творчых сустрэч, іншых формаў асветніцкай дзейнасці, у тым ліку і на абанементнай аснове;

правядзенне масавых тэатралізаваных свят і прадстаўленняў, народных гулянняў, абрадаў і рытуалаў у адпаведнасці з мясцовымі звычаямі і традыцыямі;

арганізацыя вольнага часу розных груп насельніцтва, у тым ліку правядзенне вечароў адпачынку і танцаў, дыскатэк, маладзёжных баляў, карнавалаў, дзіцячых ранішнікаў, гульнівых і іншых культурна-забаўляльных праграм;

стварэнне спрыяльных умоў для арганізацыі работы рознага роду клубных гасцёўняў, салонаў, кафэ, куткоў жывой прыроды, гульнітэк, чытальных залаў і іншых;

арганізацыя ва ўстаноўленым парадку работы спартыўна-аздараўленчых клубаў і секцый, груп турызму і здароўя, правядзенне спартыўных выступленняў, фізкультурна-масавых спаборніцтваў, іншых спартыўных, фізкультурна-аздараўленчых і турысцкіх праграм;

ажыццяўленне дзейнасці, якая прыносіць даход, з улікам запытаў і патрэбнасцей насельніцтва і ў адпаведнасці з заканадаўствам;

аказанне па сацыяльна-творчых заказах, іншых дагаворах з юрыдычнымі і фізічнымі асобамі кансультацыйнай, метадычнай і арганізацыйна-творчай дапамогі ў падрыхтоўцы і правядзенні розных сацыяльна-культурных мерапрыемстваў, а таксама прадастаўленне адпаведных паслуг: пракат музычных інструментаў, рэквізіту, продаж рэпертуарна-метадычных матэрыялаў і іншых;

ажыццяўленне іншых відаў арганізацыі вольнага часу, культурна-творчай, культурна-пазнавальнай і іншай дзейнасці, якая адпавядае асноўным прынцыпам і задачам клубнай установы.

Глава 4 **Прававы статус клубнай установы**

10. Клубная ўстанова з'яўляецца юрыдычнай асобай, ствараецца ў форме ўстановы, мае самастойны баланс, рахункі (у тым ліку разліковы і валютны) у банках, пячатку адпаведнага ўзору, штампы, уласную сімволіку.

Клубная ўстанова можа з'яўляцца не юрыдычнай асобай і ўваходзіць у склад арганізацыі ў якасці структурнага падраздзялення.

11. Заснавальнікам клубнай установы могуць быць органы дзяржаўнага кіравання, а таксама фізічныя і юрыдычныя асобы.

12. Клубныя ўстановы могуць стварацца на аснове дзяржаўнай і прыватнай формы ўласнасці.

13. Парадак стварэння, дзейнасці, дзяржаўнай рэгістрацыі, рэарганізацыі і ліквідацыі клубных устаноў вызначаецца ў адпаведнасці з заканадаўствам.

14. Устаноўчым дакументам клубнай установы з'яўляецца статут (палажэнне) клубнай установы. У статуте (палажэнні) вызначаюцца назва клубнай установы, якая ўказвае на характар дзейнасці і арганізацыйна-прававую форму, месцазнаходжанне клубнай установы, асноўныя мэты, функцыі і віды дзейнасці, правы і абавязкі фізічных асоб, якія наведваюць клубную ўстанову, крыніцы фарміравання маёмасці, структура, асаблівасці кіравання і кантролю.

Глава 5

Права і абавязкі клубнай установы

15. Клубная ўстанова мае права:

самастойна вызначаць змест і формы сваёй дзейнасці ў адпаведнасці з мэтамі, функцыямі і відамі дзейнасці, замацаванымі ў статутце (палажэнні);

удзельнічаць ва ўстаноўленым парадку ў рэалізацыі дзяржаўных і іншых доўгатэрміновых мэтавых праграм у сферы культуры;

ствараць, рэарганізоўваць і ліквідаваць па ўзгадненні з заснавальнікам філіялы і іншыя структурныя падраздзяленні клубнай установы;

арганізоўваць і ўваходзіць у створаныя ў адпаведнасці з заканадаўствам асацыяцыі, аб'яднання і саюзы;

ажыццяўляць іншыя віды дзейнасці, аднесенныя да кампетэнцыі клубнай установы;

ажыццяўляць у адпаведнасці з заканадаўствам і статутам (палажэннем) прадпрымальніцкую дзейнасць;

на правах аператыўнага кіравання валодаць, карыстацца і распараджацца замацаванай за ёй маёмасцю ва ўстаноўленым заканадаўствам парадку;

прымаць удзел у міжнароднай дзейнасці ў адпаведнасці з заканадаўствам.

16. Клубная ўстанова абавязана:

садзейнічаць стварэнню спрыяльных умоў для аматарскай творчасці і задавальнення культурных запатрабаванняў розных груп насельніцтва ў адпаведнасці са сваім статутам (палажэннем);

гарантаваць выкананне правоў работнікаў клубнай установы, удзельнікаў клубных фарміраванняў і наведвальнікаў;

весці спецыяльныя журналы ўліку штодзённай клубнай работы як дакумент справаздачнасці, які з'яўляецца асновай для вызначэння паказчыкаў па аднясенні да груп па аплаце працы і іншых арганізацыйна-эканамічных паказчыкаў, формай кантролю па выніках выканання запланаванай работы;

весці бухгалтарскую і статыстычную справаздачнасць у парадку, які ўстаноўлены заканадаўствам;

рабіць справаздачы перад заснавальнікам і органамі дзяржаўнай статыстыкі ў адпаведнасці з заканадаўствам.

Глава 6

Кіраванне клубнай установай

17. Непасрэднае кіраўніцтва клубнай установай ажыццяўляе дырэктар, які назначаецца на пасаду і вызваляецца ад пасады яе заснавальнікам.

Дырэктар арганізуе работу клубнай установы і нясе адказнасць за якаснае выкананне пастаўленых перад клубнай установай задач і стварэнне спрыяльных умоў для працы работнікаў клубнай установы.

18. Дырэктар дзейнічае ад імя клубнай установы, прадстаўляе яе інтарэсы ва ўзаемаадносінах з юрыдычнымі і фізічнымі асобамі, заключае дагаворы, у тым ліку працоўныя, адкрывае разліковыя і іншыя рахункі, зацвярджае структуру клубнай установы і штатны расклад, вызначае колькасць і склад спецыялістаў, форму, сістэму і памеры надбавак і іншых выплат стымулюючага характару ў межах сродкаў на аплату працы, выдае загады і дае ўказанні, абавязковыя для ўсіх работнікаў. Са згоды заснавальніка распараджаецца маёмасцю клубнай установы і карыстаецца правам распараджэння сродкамі.

19. У клубнай установе могуць стварацца дарадчыя органы: праўленне, мастацкі савет, метадычны савет і іншыя.

Глава 7

Арганізацыя і фінансаванне клубнай установы

20. Клубная ўстанова самастойна плануе сваю дзейнасць і вызначае перспектывы яе развіцця, зыходзячы з мэт, прадугледжаных яе статутам (палажэннем), наяўнасцю асабістых творчых і гаспадарчых рэсурсаў, неабходнасцю творча-вытворчага і сацыяльнага развіцця.

21. Маёмасць клубнай установы складаюць асноўныя сродкі, якія ўтрымліваюцца на самастойным балансе клубнай установы.

22. Асноўнымі крыніцамі фінансавання дзяржаўных клубных устаноў з'яўляюцца сродкі мясцовых бюджэтаў. Клубная ўстанова мае права выкарыстоўваць грашовыя сродкі, якія выдзелены ёй па каштарысе, толькі ў строгай адпаведнасці з іх мэтавым прызначэннем.

23. Прыватныя клубныя ўстановы фінансуюцца за кошт сродкаў заснавальнікаў і з іншых крыніц, не забароненых заканадаўствам.

24. Клубная ўстанова можа ажыццяўляць прадпрымальніцкую дзейнасць у адпаведнасці з заканадаўствам і сваім статутам (палажэннем).

25. Дадатковае фінансаванне клубных устаноў можа ажыццяўляцца за кошт грашовых сродкаў фізічных і юрыдычных асоб, за кошт грашовых сродкаў, атрыманых ад дабрачынных паступленняў, прадпрымальніцкай дзейнасці, якая неабходна для выканання мэт статута (палажэння), адпавядае гэтым мэтам і прадмету дзейнасці некамерцыйных арганізацый, і з іншых крыніц, не забароненых заканадаўствам.

26. Памер грашовых сродкаў, што паступаюць з дадатковых крыніц фінансавання, не абмяжоўваецца. Гэтыя грашовыя сродкі павінны накіроўвацца на ажыццяўленне статутнай дзейнасці клубнай установы.

27. Клубная ўстанова не можа без згоды заснавальніка адчузаць ці іншым чынам распараджацца замацаванай за ёй маёмасцю і маёмасцю, набытай за кошт сродкаў, выдзеленых ёй па каштарысе.

Учебное издание

СМАРГОВИЧ Ирина Леонидовна

ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебно-методическое пособие

Редактор И. В. Смеян
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2013. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага писчая № 2. Ризография.
Усл. печ. л. 10,11. Уч.-изд. л. 8,47. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».
ЛИ № 02330/0003939 от 19.05.2011.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ