

бесплатные. Однако следует отметить, что не все приложения проходят медицинскую сертификацию и могут быть полезны для вашего здоровья.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Ганчарова, С. А. Мабільныя дадаткі як сродак распаўсюджвання беларускага фальклору / С. Ганчарова, Т. Жылінская, Л. Сярогіна // Аўтэнтычны фальклор: праблемы захавання, вывучэння, успрымання: зб. навук. прац [удзельнікаў XII Міжнароднай навуковай канферэнцыі, Мінск, 27-29 красавіка 2018 г.] / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2018. – [Вып. 12]. – С. 54–56. – Бібліягр.: 4 назвы.
2. Здоровый образ жизни [Электронный ресурс] / Википедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Здоровый\\_образ\\_жизни](https://ru.wikipedia.org/wiki/Здоровый_образ_жизни) – Дата доступа: 14.03.2020.
3. Отчет App Annie за 2019 год: взгляд в прошлое, заметки на будущее [Электронный ресурс] / Хабр. – Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/digital-ecosystems/blog/485352/>. – Дата доступа: 14.03.2020.
4. Приложения в Google Play – Здоровье и фитнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://play.google.com/store/apps/category/HEALTH\\_AND\\_FITNESS?hl=ru](https://play.google.com/store/apps/category/HEALTH_AND_FITNESS?hl=ru). – Дата доступа 14.03.2020.
5. App Store [Электронный ресурс] – Режим доступа: Apple <https://www.apple.com/ru/ios/app-store/>. – Дата доступа: 14.03.2020.
6. The State of Mobile 2020 [Электронный ресурс] / App Annie. – Режим доступа: <https://www.appannie.com/en/go/state-of-mobile-2020/>. – Дата доступа: 14.03.2020.

Клешняк Д. Ю., БГУКИ, студент 211 группы  
очной формы обучения  
Научный руководитель – Стубеда С. А.,  
преподаватель

## ОРГАНИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ ДИСКОТЕК ДЛЯ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ СУБКУЛЬТУРЫ РЭЙВА

Дискотека как состоявшаяся форма культурно-досуговой деятельности, сформировалась во второй половине XX века. Само явление претерпевало значительные изменения на протяжении всего своего существования, а также выступило катализатором появления такого феномена как субкультура рэйва. Оказав огромное влияние на музыку и тенденции проведения массовых мероприятий в 90-е годы XX века на постсоветском пространстве, эта молодежная субкультура вновь стала популярной сейчас. Вместе с этим многие особенности организации и проведения дискотек того времени были переосмыслены и на данный момент активно применяются в управленческой деятельности. В нашем исследовании мы проведём анализ современного тренда, связанного с возвращением к тенденциям прошлого, и определим основные особенности и принципы в организации дискотек для молодёжи.

Дискотека (от фр. *discothèque*) – «культурно-развлекательное танцевальное мероприятие, проводимое в специально отведённом месте (зрелищном или увеселительном учреждении) либо на открытом воздухе (танцплощадке)» [6, с. 14–22]. По мнению А. С. Запесоцкого, дискотека является массовой формой организации досуга молодежи, основным содержанием которой является включение посетителей в специфические виды деятельности. Во-первых, это *восприятие программы*, состоящей из танцевальной музыки в виде фонограммы, во-вторых, это *участие человека в функционировании молодежной общности* в зале, где проводится дискотека. Таким образом, с дискотеками связаны два вида человеческой деятельности: восприятие музыки и общение некой массы людей. Исследователь также отмечал, что значимость дискотек, как формы культурно-досуговой деятельности, для молодежи сложно переоценить: они выступают местом возникновения молодежных «центров социализации», в которых аудитория

способна получить специфический опыт взросления, путем общения со сверстниками [1, с. 4–5].

Как было отмечено ранее, в конце XX века «традиционные» формы проведения дискотек начали терять актуальность. Такие жанры танцевальной музыки, как диско и нью-вэйв, начали уступать хип-хоп и рок-музыке. Это во многом и обусловило возникновение новой субкультуры. Появившись в начале 80-х годов XX века в Лондоне, рэйв, как молодежная субкультура, достигла своего пика в середине 90-х годов. И местом самовыражения и объединения представителей этого движения становились рэйв-вечеринки, которые изначально были наполнены антагонистическими настроениями к ранее популярной рок-музыке. В истоках возникновения субкультуры лежит традиция организации подпольных вечеринок с авангардными жанрами танцевальной электронной музыки, с этим и связана образовавшаяся эстетика движения [6, с. 14].

Оказав влияние на музыку и дискотеки конца XX века, рэйв-эстетика становится популярной вновь. Во многом это связано с вновь проявляющимся отсутствием интереса к стандартным форматам дискотек, а также с появлением у современной молодёжной аудитории интереса к стилистике, атмосфере и музыкальности 90-х годов прошлого века. В связи с этим определенная эстетика, музыка и визуальная составляющая рэйв-дискотек выступают как новый взгляд и формат на организацию массовых форм досуга молодежи [3, с. 459–462; 4].

Доказывает возросшую популярность субкультуры рэйва среди молодежи тот факт, что современный рынок в г. Минске наполнен такими проектами, как «БАССОТА», «Beverly Pills», «Сияние», «Fuji». Мероприятия проводятся в формате рейв-вечеринок, имеют свойственным им посыл и философию, а также характеризуются коммерческим успехом и наличием постоянной аудитории [2; 5].

Для начала стоит отметить, что структура организации дискотеки любых форматов выглядят следующим образом:

- 1) обязательный план подготовки и проведения;
- 2) четкое распределение обязанностей, назначение ответственных за каждый этап подготовки;
- 3) проверка, а затем подготовка материально-технической базы для проведения мероприятия;
- 4) качественный контроль выполнения поставленных задач.

В соответствии с этой структурой, акцентируя внимание на определенных ее пунктах, мы ознакомимся с процессом организации рейв-вечеринок для наиболее точного анализа данного явления, что в свою очередь поможет наиболее детально рассмотреть и выявить специфику их организации в отличие от традиционных дискотек. Отметим, что базой исследования в рамках данной работы является серия ночных дискотек «Fuji».

В рамках темы нашего исследования мы уделим особое внимание первому пункту по составлению плана подготовки и проведения мероприятия.

Местом проведения дискотеки «Fuji» зачастую выступает культурный хаб «OK16». Это обусловлено популярностью площадки у потенциальной целевой аудитории (молодые люди от 18 до 26 лет), наличием собственной материально-технической базы, необходимой для проведения мероприятия, удобностью расположения и наличием помещений, отвечающих требованиям вместимости. Данная площадка является бывшим промышленным предприятием, что, в свою очередь, отлично подходит под эстетику проведения рейв-вечеринки.

Важной и отличительной составляющей при организации подобной вечеринки является создание основной концепции мероприятия, исходя из которой принимаются основные организационные решения на этапах подготовки и проведения мероприятия. В нашем конкретном примере основную концепцию можно определить так: «Создание серии молодежных дискотек с репертуаром актуальной электронной музыки». Исходя из этой

концепции, формируются графическое оформление всего мероприятия, репертуар музыки и др. Проанализировав эту информацию, мы можем отметить ее практическую реализацию в афишах мероприятия, представляющих собой использование популярных образов массовой культуры; в трек-листах, составленных преимущественно из андеграундной электронной музыки. Во многом успех мероприятия будет зависеть от детально проработанной и реализованной концепции. Рейв-субкультура подразумевает собой протест и подпольность, а также сплоченность и свободу в самовыражении. Поэтому вся визуальная составляющая, музыка и непосредственно само мероприятие представляет собой контраст мрачной индустриальной атмосферы с нарочито яркой визуальной и музыкальной составляющей.

Исходя из всего выше сказанного, мы можем отметить, что весь процесс подготовки и планирования исходит из концепции клиентоориентированности, а также специфики и аутентичности мероприятия.

Следующим этапом в подготовке и организации выступают PR-кампания, договоренности с администрацией площадки для проведения дискотеки, получение разрешения на проведения культурно-массового мероприятия, договоренности с артистами, ди-джеями, получение гастрольных удостоверений при необходимости.

Отдельного внимания при организации, требует реклама и PR-кампания мероприятия. Так как основной аудиторией дискотек «Fuji» является молодежь, то соответственно интернет выбран, как наиболее эффективный канал для проведения рекламной кампании. Реклама осуществляется как через крупные информационные ресурсы (TUT.BY, Onliner.by, CityDog.by), так и через социальные сети, в которых мероприятие имеет собственные страницы и профили. Как было отмечено выше, представители субкультуры рейва отличаются сплоченностью, поэтому между организаторами и аудиторией таких мероприятий устанавливается

неформальное общение. Все заголовки афиш, новости по поводу мероприятий ведутся в неформальном стиле, приветствуется обилие молодёжного сленга. Зачастую, для привлечения аудитории могут использоваться конкурсы с розыгрышем бесплатных билетов на само мероприятие.

Рассмотрения также требует и материально-техническая база. Как было упомянуто выше, площадка предоставляет основное оборудование, необходимое для проведения мероприятия. Как правило, это акустические системы и микрофоны. Но, зачастую, этого не достаточно для качественного проведения дискотеки. поэтому оборудование, необходимое для работы диджея (пульт, наушники), наличие которого обязательно для вечеринки, предоставляется организаторами либо является собственностью самих диджеев.

Подводя итог, мы можем сделать ряд выводов. Во-первых, стоит отметить важность понимания контекста субкультуры для проведения успешного мероприятия. Это необходимо для создания качественного культурного продукта, более того, эти знания помогут сформировать новые оригинальные идеи для организации и проведения соответствующих дискотек. Во-вторых, нам следует понимать важность тенденций и трендов на рынке культурных услуг, что является важным в условиях свободного рынка и конкуренции. И в-третьих, огромное влияние на рынок дискотек в странах постсоветского пространства и молодёжь в целом оказывает современная реинкарнация рэйд-субкультуры и рэйд-вечеринок, что дает толчок для самовыражения и поиска новых идей и смыслов.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Запесоцкий, А. С. Из истории молодежной культуры: возникновение и развитие дискотек. / А. С. Запесоцкий. – СПб. : Изд-во СПбГУП, 2004. – 44 с.

2. Информационный портал о молодёжных субкультурах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sub-culture.ru/reivers.php>. – Дата доступа: 10.03.2020.

3. Кипер, К. Влияние субкультуры «рейв» на формирование брендов российского андеграунда / К. Кипер // Молодой ученый. – 2017. – №10. – С. 459–462.

4. Публичная библиотека Новоуральского городского округа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.publiclibrary-ngo.ru/subculturies\\_youth-25raver.html](http://www.publiclibrary-ngo.ru/subculturies_youth-25raver.html). – Дата доступа: 12.03.2020.

5. Citydog. Новостной портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://citydog.by/post/kuda-21-22dec/>. – Дата доступа: 12.03.2020.

6. M. James La Discoteque // French Connections. – 1-ое изд. – United Kingdom: Sanctuary Publishing, 2003. – 320 с.

Климашевская П. Ю., БГУКИ, студент 115 группы  
очной формы обучения

Научный руководитель – Алекснина И. А.,

кандидат искусствоведения, доцент

## **ИММЕРСИВНЫЙ ТЕАТР КАК ОДИН ИЗ НОВЫХ ТРЕНДОВ СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ**

Индустрия развлечений – это сфера деятельности человека, направленная на удовлетворение потребностей людей в развлечениях разного рода. По утверждению российского исследователя А.С. Пашигорова, «... само понятие «индустрия развлечений» достаточно широко, и до настоящего времени, как у власти, так и у бизнеса нет его единого четкого определения. В индустрию развлечений входят кинотеатры, театры, гольф-клубы, парки, аквапарки, ночные клубы, спортивные и оздоровительные центры, роллердромы, катки и пр. С индустрией развлечений связаны многие