

Министерство культуры Республики Беларусь
Белорусский государственный университет культуры и искусств

Е. А. МАКАРОВА, С. Б. МОЙСЕЙЧУК, И. Л. СМАРГОВИЧ

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебно-методическое пособие

*Рекомендовано УМО по образованию
в области культуры и искусств для студентов
специальности 1-21 04 01 Культурология, направления
специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)*

МИНСК
БГУКИ
2021

УДК 379.8(075.8)
ББК 77я73
М 152

Рецензенты:

И. И. Калачева, доктор исторических наук, доцент,
профессор кафедры социальной коммуникации
Белорусского государственного университета;
*кафедра культурологии Института современных знаний
имени А. М. Широкова*

Макарова, Е. А.

М152

Теория и практика культурно-досуговой деятельности :
учеб.-метод. пособие / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук,
И. Л. Смаргович ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос.
ун-т культуры и искусств. — Минск : БГУКИ, 2021. — 224 с.

ISBN 978-985-522-288-1.

В пособии раскрыта социально-культурная сущность досуга, представ-
лены теории и концепции развития культурно-досуговой деятельности,
а также технологии ее организации.

Предназначено для студентов специальности «культурология», маги-
странтов специальности «арт-менеджмент», специалистов культурно-
досуговой сферы и индустрии досуга.

УДК 379.8(075.8)
ББК 77я73

ISBN 978-985-522-288-1

- © Макарова Е. А., введение, главы 1.1,
1.2, 1.4, заключение, 2021
- © Мойсейчук С. Б., главы 2.2, 2.3, 2021
- © Смаргович И. Л., главы 1.3, 2.1,
раздел 3, 2021
- © Оформление. Учреждение образования
«Белорусский государственный
университет культуры и искусств», 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Раздел 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ДОСУГА И КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
1.1. Социально-культурная сущность досуга и досуговой деятельности	7
1.2. Теоретико-технологические основы культурно-досуговой деятельности	36
1.3. Дифференцированный подход к организации культурно-досуговой деятельности	74
1.4. Проектные технологии в культурно-досуговой деятельности	94
Раздел 2	
ТЕХНОЛОГИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
2.1. Организация культурно-досуговой деятельности разных категорий населения в современном социуме	105
2.2. Драматургия и режиссура в структуре организации культурно-досуговой деятельности	146
2.3. Социально-культурная анимация как современная технология культурно-досуговой деятельности	162
Раздел 3	
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВАЯ ИНДУСТРИЯ	
3.1. Культурно-досуговая индустрия: сущность и содержание	173
3.2. Тенденции развития культурно-досуговой индустрии в Беларуси	184
3.2.1. Сущность культурно-досуговой индустрии как предпринимательской деятельности	184
3.2.2. О развитии ивент-индустрии в Беларуси	192
3.2.3. Особенности развития рынка культурно-досуговых услуг на региональном уровне	197
3.3. Творческие индустрии: перспективы развития в Беларуси	201
Заключение	212
Глоссарий	215

Введение

Культурно-досуговая деятельность – относительно молодая область общественной практики и гуманитарной науки. В последние десятилетия во всем мире изменяются представления о роли культурно-досуговой деятельности в обществе и ее значении в развитии личности человека. Ее актуальность и ценность повышаются.

В контексте пособия культурно-досуговая деятельность рассматривается как социально-историческая категория. В совокупности с фактологическим материалом теоретические знания, отраженные в разделах пособия, могут быть источником формирования представлений о сущности, концептуально-теоретических и технологических основах культурно-досуговой деятельности, осуществляемой как государственными учреждениями культуры, так и коммерческими структурами.

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 представлена в пособии как вид деятельности специалиста, направленной на развитие духовно-культурной жизни общества, функционально объединяющей различные социальные институты, разных субъектов, призванной обеспечить распространение культурных ценностей и вовлечение личности в социально-культурную сферу досуга.

Актуальность изучения культурно-досуговой деятельности на теоретическом и технологическом уровнях в современном социуме продиктована целым рядом факторов, среди которых:

– постоянное увеличение объема свободного времени у значительной части населения;

- возрастание роли досуга как общественной ценности;
- расширение и углубление культурных контактов в сфере досуга;
- возрастание роли индивидуального фактора при выборе форм организации и содержания досуга, а также видов любительской творческой деятельности;
- вовлеченность значительной части населения в формы досуговой активности, связанной с интернет-технологиями;
- влияние на содержание культурно-досуговой деятельности со стороны современной индустрии развлечений.

Объектом профессиональной деятельности культуролога-менеджера являются культурно-досуговые потребности различных групп населения, социально-культурные общности, общественные объединения, организации сферы досуга.

Структура пособия соответствует кругу профессиональных задач, решаемых культурологами-менеджерами в сфере культурно-досуговой деятельности:

- вовлечение групп населения и отдельных людей в процесс просвещения, любительского творчества и организации отдыха и развлечений;
- создание условий для развития творческих способностей личности и удовлетворения культурных потребностей;
- повышение социальной эффективности различных форм культурно-досуговой деятельности населения;
- удовлетворение и формирование культурных потребностей населения;
- решение социально-воспитательных задач в работе с различными категориями населения;
- пропаганда здорового образа жизни и культуры досуговой деятельности;
- формирование культуры общения и межличностного взаимодействия в условиях культурно-досуговой деятельности;
- внедрение инновационных технологий организации культурно-досуговой деятельности для различных категорий населения.

Цель учебно-методического пособия «Теория и практика культурно-досуговой деятельности» – формирование у студентов профессиональных компетенций как фундамента для их последующего включения в социально-культурные процессы, происходящие в сфере досуга. Пособие призвано сориентиро-

вать культурологов-менеджеров на самостоятельное осуществление различных проектов в сфере культурно-досуговой деятельности.

Подготовка учебно-методического пособия осуществлялась с учетом исследований отечественных и зарубежных авторов, в первую очередь российских, так как совместный советский этап в нашей истории – это и общность культурных процессов в сфере досуга (Г. А. Аванесовой, Н. И. Аксютика, М. А. Ариарского, Г. М. Бирженюка, Д. М. Генкина, Я. Д. Григорович, Е. И. Григорьевой, П. А. Гуда, А. Д. Жаркова, А. Я. Каминского, Т. Г. Киселевой и Ю. Д. Красильникова, Л. И. Козловской, Е. А. Макаровой, О. И. Маркова, А. Е. Михневича, Ю. В. Мицкевич, С. Б. Мойсейчук, Н. В. Самерсовой, И. Л. Смаргович, А. И. Смолика, Ю. А. Стрельцова, В. Я. Суртаева, Б. А. Титова, Н. Н. Ярошенко и др.).

В пособии использованы результаты научного исследования «Разработать технологии социокультурной деятельности в агрогородках Республики Беларусь», осуществленного в рамках Государственной программы «Культура Беларуси» на 2011–2015 гг. сотрудниками кафедры менеджмента социально-культурной деятельности Белорусского государственного университета культуры и искусств. Очерчиваются также пути научного поиска в культурно-досуговой сфере и отражаются результаты исследовательской деятельности авторов: Е. А. Макаровой (введение, главы 1.1, 1.2, 1.4, заключение); С. Б. Мойсейчук (главы 2.2, 2.3); И. Л. Смаргович (главы 1.3, 2.1, раздел 3).

Краткое методическое сопровождение теоретической части пособия включает: определение перечня вопросов, значимых для понимания и усвоения теоретического материала каждой учебной темы; прилагаемый к темам список рекомендуемых источников особенно важен в процессе выполнения различного вида самостоятельных творческих работ.

Раздел 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ДОСУГА И КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СУЩНОСТЬ ДОСУГА И ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

XXI в. открывает перед человечеством новые доступы к информации и удовлетворению культурных, познавательных и рекреационных потребностей. Коренные изменения последних десятилетий XX в. в политической и экономической жизни нашей страны, взаимоотношениях государства и личности (приоритет интересов личности) привели к принципиально новому пониманию сути социально-культурной деятельности, которая осуществляется в условиях свободного времени.

Очевидно, что без соответствующего научно-теоретического осмысления явлений и процессов, происходящих в социокультурной сфере, невозможно определить основные задачи воспитания и развития личности в пространстве досуговой деятельности. Ибо, как бы ни расширялись границы познания, как бы ни развивалась научно-техническая база информации и просвещения, культурно-досуговая деятельность всегда будет выполнять свою общественную миссию: реализация культуротворческого потенциала каждого гражданина и его вовлечение в мир культуры.

Феномен досуга и досуговой деятельности как культурной составляющей свободного времени привлекает к себе все большее внимание исследователей с различными научными интересами. Чем более сложные задачи необходимо решать обществу, тем большую значимость приобретает рациональное использование членами общества своего свободного времени.

Чем для общества является свободное время? Как развивается его социальная инфраструктура? Каковы его резервы для решения задач инкультурации и социализации личности? Эти

и многие другие вопросы данной тематики являются предметом исследования ученых, представляющих различные области научного знания.

Многообразие досуга как культурного явления «порождает и соответствующее многообразие подходов к их рассмотрению, что, собственно, и является предметом исследования различных отраслей научного знания, ибо, чем объемнее рассматриваемое явление, тем больший круг наук изучает его» [11, с. 72].

Современные исследования досуга позволяют рассматривать его в качестве многомерного социального феномена, так как в начале XXI в. досуг становится едва ли не главным элементом в поддержке и развитии общества как пространства развития социальных отношений, духовного развития личности и формирования ее идентичности. То есть социальная сущность досуга и содержание культурно-досуговой деятельности являются актуальными проблемами в философии, социологии, культурологии, педагогике, психологии, теории социально-культурной деятельности и других областях гуманитарной науки.

Белорусский ученый А. Е. Михневич, рассматривая *феномен досуга* («вольнага часу»), отмечает, что «проблема свободного времени принадлежит к числу наиболее значимых проблем человеческого бытия, так как в своей глубинной сути она вбирает в себя как многие «извечные вопросы», что неотступно стоят перед личностью, обществом, человечеством, так и запросы практической деятельности людей» [18, с. 5]. При каждой попытке приблизиться к осмыслению этих проблем в целом или к решению тех или иных злободневных задач, подчеркивает исследователь, следует помнить о ее многогранности и многоаспектности.

В *философском* плане, по мнению А. Е. Михневича, категория свободного времени граничит или связана с такими категориями, как материальное и духовное производство, смысл людского существования, отдаленные и промежуточные цели человеческой деятельности. Само понятие «вольны», отмечает исследователь, осмысливается как «обычная метафора, за которой скрывается стремление определить именно те времена в жизни человека, когда он сможет жить вдохновенно, с наслаждением, свободно от забот о хлебе насущном, когда сможет приподняться над повседневностью и хотя бы намериться к наивысшим взлетам своего духа, к познанию заманчивых, но

закрытых от него истин, составляющих тайну земного бытия и определяющих его смысл» [18, с. 5].

Досуг – необходимый и неотъемлемый элемент образа жизни каждого человека. Поэтому он всегда осмысливается исследователями в контексте реализации интересов личности, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, удовольствием, оздоровлением и т. п. (Г. А. Аванесова [2], М. А. Ариарский [4], А. Д. Жарков [11], Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников [13], Ю. А. Стрельцов [24] и др.).

Проблема свободного времени и досуга имеет свою историю. Выявить сущность свободного времени как социально-культурного явления пытались еще философы Древней Греции. Так, Аристотель, например, полагал, что свободное время – высшая форма жизни, оно само по себе ценно, так как дает возможность не только отдохнуть от работы, но и дает пространство для осмысления мира, созерцания окружающей среды, т. е. не для безделья. Во времена философа «scholē» (досуг) означало серьезную мыслительную деятельность без давления необходимости работать для выживания.

По Аристотелю («Никомахова этика», книга десятая), существуют три главные цели жизни: мудрость («любомудрие», философия) и счастье (созерцательная деятельность, проявление высшего в человеке), а также досуг как условие полноты осуществления первых двух целей, ибо во время досуга можно реализовать интересы, не связанные непосредственно с зарабатыванием средств к существованию.

Аристотель также размышлял о целесообразности заполнения досуга игрой, однако пришел к выводу: только игрой заполнять досуг нецелесообразно, так как она неизбежно оказалась бы конечной целью жизни. «Однако, – делает вывод Аристотель, – это удовольствие не для всех одно и то же, но для каждого по-своему, в соответствии с его свойствами – наилучший человек предпочитает наилучшее удовольствие и происходящее из прекраснейших источников. Отсюда ясно, что для умения пользоваться досугом в жизни нужно кое-чему учиться, кое в чем воспитаться...» [5, с. 630–631].

То есть досуг в его классическом понимании – это пространство для саморазвития, духовного совершенствования и насыщенных досуговых занятий, пространство самоценного поведения личности.

Английский термин «leisure» (досуг) берет свое начало из латинского языка и дословно обозначает «быть свободным». Из латинского языка во французский пришло слово «loisir», что означает «быть разрешенным».

В различных языках термин «досуг» включает в себя и отдых, и труд.

В русском языке, само слово «досуг» употреблялось уже в XV в., тогда как выражение «свободное время» впервые появилось лишь в начале XX в. Древнеславянское слово «досуг» происходит от глагола «досягать», «досягнуть». Отсюда и характеристика человека: «досужий» – умеющий, способный к делу, ловкий.

В Толковом словаре живого великорусского языка В. Даля понятие «досуг» толкуется как «свободное, незанятое время, гулянки, гулячая пора, простор от дела»; «досужий – умеющий, способный к делу, ловкий, искусный, хороший мастер своего дела или мастер на все руки»; «досужество – свойство досужего; умение, ловкость, способность к делу, к мастерству»; «досужиться – найти себе свободное время, досуг». В белорусском языке «досуг» – это «вольны час», в то время как «дасужы чалавек» – «здольны ўсюды паспець, да ўсяго дайсці; спрытны, дзейны». Более позднее значение слова «досуг» толкуется как «достижение, способность, возможность, умение, ловкость, мастерство», проявляемые в свободное от работы время.

Внимание к *истории свободного времени и досуга* в исследованиях отечественных и зарубежных ученых объясняется необходимостью с исторических позиций проследить влияние на современную культурно-досуговую деятельность со стороны исторических традиций, выявить инвариантные формы досуговой деятельности различных сословий, классов, общностей в разные исторические периоды и т. д. Так, исследователь этнографии, традиционной культуры Беларуси В. Н. Белявина, рассматривая традиции общественной организации свободного времени белорусов в разные исторические периоды [7, с. 226], обращает внимание на то, что:

– «в силу культурно-бытовой традиции, которая связывает в единый узел прошлое, настоящее и будущее, в свободном времени сберегается много форм, структур и элементов, которые

своими корнями уходят в глубину предыдущих исторических эпох»;

– каждой стадийной форме культуры соответствуют определенные структуры свободного времени, которые можно типологизировать как по этнической специфике, так и в соответствии с господствующими в обществе социально-экономическими отношениями. Все социальные группы, в том числе крестьяне и разные слои городских жителей, имеют свою субментальность, свои социальные и культурные особенности, свои традиции использования свободного времени;

– «развитие и функционирование культуры, удовлетворение духовных потребностей общества напрямую связано с величиной, распределением и формами использования свободного времени в разных исторических измерениях»;

– обобщение того, что представляет собой современное состояние культурно-досуговой сферы, следует начинать с выявления предпосылок и истоков ее развития, которые были заложены еще в предыдущие века. Историко-этнологическая реконструкция и изучение в динамике традиционных видов свободного времени, которые складывались и существовали на протяжении веков, обусловленные социальными, материальными и идеологическими факторами, дают возможность проследить, как в конкретных условиях города и деревни формировалась и развивалась бытовая сфера образа жизни белорусского народа, глубже и полнее охарактеризовать культуру социальных групп, мир человеческих чувств входящих в эти группы людей, условия и обстоятельства их повседневной и праздничной жизни.

Изучение вопросов преемственности и последовательности в становлении и развитии различных моделей социального поведения населения в сфере досуга, особенностей организации отдыха, любительского творчества, празднично-обрядовой деятельности в историческом контексте и т. д. является актуальной научной задачей. Опираясь на исторический опыт и культурное наследие, можно определить последовательность и преемственность в развитии и освоении различных форм культурно-досуговой деятельности, осмыслить влияние и воздействие на современные культурные процессы и течения со стороны исторических традиций и даже проследить истоки профессиональной деятельности специалистов социокультурной сферы.

В последние десятилетия увеличился объем литературы, посвященной историческим аспектам в развитии сферы досуга, отмечается попытка ученых осмыслить ряд вопросов, связанных с функционированием различных объектов и систем: клубных учреждений, музеев, библиотек, рекреационно-оздоровительных и развлекательно-образовательных комплексов в современных условиях.

Разработка проблем периодизации истории культурно-досуговой деятельности в Беларуси, выявление исторических предпосылок возникновения разных моделей социального поведения в сфере досуга, определение роли и места культурно-досуговой деятельности в историко-культурном процессе требует большего внимания со стороны отечественных ученых. Это будет способствовать формированию системного взгляда на досуг как сферу жизнедеятельности общества, где реализуются потребности лиц и групп населения в организованном отдыхе, игровой и праздничной деятельности.

Осмысление исторического опыта просвещения, внешкольного образования, народного творчества, общественных движений и инициатив в организации досуга явится предпосылкой для развития инновационных форм современной культурно-досуговой деятельности. Историко-теоретические подходы в изучении общественных форм организации свободного времени могут служить действенной основой профессиональной подготовки специалистов культурно-досуговой сферы.

В *социологической науке* досуг понимается как часть жизнедеятельности общества, что дает возможность определить основные закономерности его развития и выявить зависимость состояния культурно-досуговой сферы от развития производственной, жилищно-коммунальной сферы, сферы здравоохранения и других социальных сфер. Социологический подход к проблеме досуга и досуговой деятельности, по мнению социолога А. Б. Мискевича, «неизбежно приводит к рассмотрению структуры и качественных характеристик социума, в котором личность реализует по собственному усмотрению свободное время и использует его согласно традициям, законам, регламентациям, собственным взглядам и привычкам» [17, с. 7].

В социологических исследованиях отмечается, что свободное время – часть общего бюджета времени, свободная от выполнения профессиональных, гражданских, семейных, физио-

логических функций и иных непреложных дел, в которой личность выбирает вариант действий с учетом своих склонностей, материальных возможностей, физического состояния и уровня культуры. В то время как досуг – часть свободного времени, выступающая в качестве определенного временного отрезка для осуществления той или иной рекреационной, восстановительной деятельности. Характерными чертами досуга, с точки зрения социологии, являются его неразрывные связи с содержанием труда человека, его семейно-бытовыми условиями, индивидуальными особенностями.

Многообразие видов деятельности в свободное время, их значимость и ценность как для каждой личности, так и для государства в целом позволяют определить четыре главных направления использования свободного времени современным обществом: создание социально значимых материальных и духовных ценностей; восстановление и развитие физических возможностей человека; потребление материальных и духовных ценностей; пассивный отдых и развлечения [17, с. 8].

Опора на общие законы развития общества и подходы, разработанные прикладной социологией, дают возможность выяснения особенностей социальных процессов и явлений, которые происходят в сфере досуга, закономерностей ее развития.

Социология досуга как специальная социологическая наука изучает особенности различных социальных процессов и явлений, отражающих величину или объем досугового времени, структуру досуга и его содержание.

Исследователи дают им следующие характеристики:

– объем досугового времени зависит от величины общего временного бюджета личности, занятости в сфере профессиональной деятельности, от временных затрат на непреложные виды занятий (ведение домашнего хозяйства, сон, воспитание детей и т. д.);

– структура досуга – понимается построение, взаиморасположение и связь его основных частей. К последним разные авторы относят: потребление культурных ценностей (чтение, слушание, телепросмотр, посещение всевозможных культурно-досуговых центров), самообразование, культурно-творческие занятия, любительские занятия – хобби, физкультурно-оздоровительные занятия, игровую деятельность, досуговое общение, пассивный отдых;

– социальная значимость того, как личность или определенный социум распоряжается своим свободным временем, его внутренняя структура в большой степени предопределяется теми возможностями, которые предоставляет личности (социуму) общество, само определенным образом всегда структурированное.

Социологический подход в изучении досуга позволяет раскрыть его социальную сущность и основные функции в процессе социализации личности посредством включения ее в различные виды и формы общественно значимой культурно-досуговой деятельности.

Социологическая наука свидетельствует о возрастающей роли досуга в современных условиях в качестве фактора социализации личности, прежде всего молодого человека. Именно социологией досуга введено в научный оборот понятие «досуговая стратегия», под которым понимаются механизмы удовлетворения потребностей личности в сфере культурно-досуговой деятельности. Неудивительно, что проблемам изучения потребностей, интересов и запросов населения в сфере свободного времени посвящено значительное количество специальных социологических исследований.

Культурно-досуговой деятельности принадлежит особая роль в удовлетворении культурных потребностей и запросов человека.

Потребность, как отмечают социологи и психологи, – это острая необходимость в чем-либо объективно важном для поддержки жизни и развития организма, индивида, социальной группы, общества в целом. Потребности всегда выступают как «ожидание культурных благ и услуг» со стороны различных субъектов культурно-досуговой деятельности, со стороны социально-культурных институтов в соответствии с потребностями и интересами человека или социальной группы.

Представление о досуге как сфере жизнедеятельности общества, где реализуются потребности личности в организованном отдыхе, игровой и праздничной деятельности, в совместном решении социально-культурных проблем, позволило снять с понятия «досуг» узкое его толкование как только «развлекательного» занятия. Современная социологическая литература различает три главные общественные функции досуга: *отдых, развлечение, развитие личности.*

Опираясь на данные современной науки, можно выделить более сорока основных, базовых структурных элементов досуга. Социологами выделяются самые разнообразные виды деятельности, каждый из которых может быть охарактеризован с учетом цели, бюджета времени, социальной направленности и т. д.

Еще в середине 1980-х гг. исследователи отмечали, что «быстрые и значительные изменения в технике, технологии, экологии, численности населения, его уровне образования, доходов, потребностей и т. д. находят отражение в образе жизни людей, в том числе и использовании времени. Изменения в образе жизни не всегда поспевают за научно-техническим прогрессом, переменами в технике и технологии, а последние нередко ведут не только к положительным, но и отрицательным последствиям. И, видимо, не случайно, что во многих странах среди научных работников повысился интерес к изучению тенденций в использовании населением времени в целом и свободного времени в частности – как важнейшей его составляющей» [19, с. 24–25].

Очевидно, что современный 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» [22, с. 7]. Именно поэтому культурно-досуговая деятельность рассматривается как вид деятельности специалиста, направленной на развитие духовно-культурной жизни общества, призванной обеспечить распространение культурных ценностей и вовлечение личности в социально-культурную сферу досуга.

Культурологический аспект проблемы досуга очевиден, так как в его пространстве утверждаются культурные универсалии: ценности, традиции, нормы и правила, которые присущи всем культурам, независимо от географического места, исторического времени и социального устройства общества. Культура в широком смысле, в конце концов, и определяет все основные параметры свободного времени как для общества в целом, так и для личности.

Известный российский культуролог А. И. Арнольдов в статье «Величие человека в его культуре», размышляя о целостности культурного образа человека, особо отмечает, что культура является приоритетной сферой жизнедеятельности обще-

ства, что именно культура выступает эффективным фактором создания и освоения механизмов совершенствования мира, инструментом самопознания, самоизменения и самоосвоения человеком себя как культуросозидающей личности. Это обуславливает «важнейшее требование к работнику культуры – быть мастером диалога, в совершенстве владеть искусством досуга, быть способным дарить человеку радость общения с культурой» [6].

«Вольны час», отмечает белорусский исследователь А. Е. Михневич, «следует отнести к культурным универсалиям. Сделать это позволяет неуклонная тенденция все большего освобождения человека от... полной начальной зависимости от природы и переход его из сферы природы в сферу культуры» [18, с. 6].

В профессиональной среде установилось устойчивое мнение, что культурно-досуговая деятельность является составной частью духовной культуры общества, которая способствует ее обогащению и демократизации, формированию системы производства и распространения художественно-эстетических ценностей. Вместе с тем, пишет белорусский культуролог В. П. Скороходов, «синтез постоянно расширяющегося свободного времени и полноценной системы духовной культуры в ее непрерывном развитии и совершенствовании – является условием обеспечения гуманистической направленности процесса жизнедеятельности современного общества» [3, с. 6].

Известный российский культуролог М. А. Ариарский определяет досуг как «часть свободного времени, используемая для товарищеского общения, потребления ценностей духовной культуры, любительского творчества, прогулок, развлечений и других форм нерегламентированной деятельности, обеспечивающей отдых и дальнейшее развитие личности» [4, с. 478]. Основными функциями досуга автор называет:

– рекреативную – снятие физического, психического, интеллектуального напряжения; восстановление сил посредством активного отдыха;

– развивающую – вовлечение личности в процесс непрерывного просвещения; развитие художественного, технического и других видов любительского творчества; обеспечение личностно значимого общения; реализация компенсаторных возможностей свободного времяпрепровождения, расширение

сферы проявления личностных качеств, самоутверждения, самореализации своих творческих потенций.

Белорусские ученые И. И. Антонович и В. П. Скороходов отмечают: досуг имеет прямой выход в сферу культуры через индивидуальное поведение лиц, которые в свободное время реализуют свои духовные запросы и в ходе этой реализации открывают новые потребности, углубляют миропонимание, формируют художественный вкус и высокую нравственность. «Досуг – это та сфера повседневного существования культуры, в которой духовные ценности становятся доступными массовому потребителю, та часть социальной действительности, в которой люди соприкасаются с культурой во всем ее многообразии и вырабатывают свое к ней отношение. Досуг – это форма повседневного существования, в ходе которого культура ищет прямой выход на чувства людей, врывается в их внутренний мир, побуждает к осмыслению бытия и определению собственной перспективы» [3, с. 11].

В процессе культурно-досуговой деятельности человек неизбежно осваивает культурные ценности и нормы, соизмеряя их содержание с личными воззрениями, взглядами, жизненными установками, духовными потребностями.

Белорусский культуролог и один из авторов данного пособия И. Л. Смаргович также отмечает, что «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» [23, с. 16–17].

Свой вклад в исследование культурно-досуговой деятельности в современном социуме призвана внести культурология досуга как область культурологического знания, включающая, по мнению М. А. Ариарского [4, с. 448], такие научные направления, как:

– аксиология досуга и формирование досуговой культуры личности;

- инфраструктура общественного, семейного, индивидуального досуга;
- обеспечение рекреации, зрелищно-игрового и спортивно-оздоровительного досуга;
- развитие различных форм любительского творчества;
- сохранение и обогащение празднично-обрядовой культуры;
- экономика и правовое обеспечение культурно-досуговой деятельности;
- осуществление стратегии досуга; разработка и реализация федеральных, региональных, муниципальных и дифференцированных на конкретную общность культурно-досуговых программ.

С позиций *психологической науки досуг* – это часть свободного времени, совокупность занятий, выполняющих функцию восстановления физических и психических сил человека; деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости. Досуг – это не просто свободное время, а время, заполненное разнообразными занятиями по личному выбору, в соответствии с интересами и потребностями. Досуг – это составляющая эмоциональной жизни человека, один из факторов удовлетворенности и жизненного оптимизма.

Важнейшая составляющая досуга – отдых как осуществление человеком базовой потребности в восстановлении физических сил, в релаксации, расслаблении, в переключении с одного вида деятельности на другой. Потребность в отдыхе объясняется биологической природой человека, его физиологией, психологическими и социальными нагрузками.

Отдых – это психофизиологическое состояние человека, достигаемое в результате переключения с одного вида деятельности на другой в активных формах или отключение от деятельности – в пассивных (сон, лежание и др.), обусловленный социальными условиями психофизиологический процесс, снимающий утомление, восстанавливающий и развивающий физические, психические и интеллектуальные силы. Отдых, осуществляющийся в переходе от одного занятия к другому, характеризуется состоянием организма, а его содержание и формы обуславливаются не только спецификой деятельности, но и отношением к ней личности. Каждая социально-демографи-

ческая и социально-психологическая группа вкладывает свое содержание в понятие «отдых».

Психологи отмечают значимость эмоционально-насыщенного общения, в которое личность включается на основе добровольного выбора. Неудивительно, что в социально-психологических исследованиях наибольшее внимание уделяется мотивации и установкам личности на досуговые занятия, их содержанию. «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» [23, с. 10].

В качестве характерных признаков таких занятий, способствующих решению многих психологических проблем современного человека, выделяются:

- общий интерес к какому-либо виду коллективной творческой деятельности;
- общность мотивов совместной деятельности всех ее участников, определяемой социально значимыми целями и задачами;
- общественная направленность такой деятельности, слияние личных и общественных интересов;
- нерегламентированный характер досугового общения.

Как известно, общение способно оказывать значительное воздействие на духовную жизнь, обогащать эмоциональный опыт, способствовать раскрытию различных личностных качеств, проявлению индивидуальности каждого.

Общение в условиях досуговой деятельности играет важную роль в формировании самосознания, как полагают психологи, дает возможность познать собственные силы по тем параметрам, которые не всегда возможно оценить в производственных, образовательных и других видах взаимодействия, т. е. является одним из факторов, влияющих на становление личности. Вот почему повышение воспитательной и культурной ценности досугового общения представляется важной и актуальной задачей и теоретиков, и практиков культурно-досуговой деятельности.

В процессе досуговой деятельности приобретается опыт межличностного взаимодействия, реализуется творческий потенциал каждой личности, приобретаются навыки культурно-

творческой деятельности и т. д. По мнению исследователей, мотивация, направленная на обретение свободы в условиях досуга, едва ли не главная из всех сущностных характеристик досуговой деятельности в целом.

По мнению культуролога Ю. А. Стрельцова, исследующего досуг в контексте человеческой жизнедеятельности, «характеристика досуга как состояния человека в данный отрезок времени базируется на квалификации физического и психического самочувствия, расположения духа, настроения. Применительно к досуговому знанию – это практически всегда фиксируемый сознанием личности уровень ее психологического комфорта, степень ощущения удовольствия, наслаждения. Вполне понятно, что возникающие переживания могут иметь неодинаковый характер, но, как правило, они развиваются в позитивном, мажорном ключе» [24, с. 7].

В последние десятилетия психологическая наука актуализирует значимость досуговой деятельности как рекреационно-терапевтического фактора (отдых, восстановление психической и физической энергии), без наличия которого современному человеку достаточно трудно избегать состояния стресса, психической неуравновешенности и других психологических «болячек» современного социума. Именно «досуговая квалификация» выступает в качестве инструмента реабилитации и коррекции психического состояния, физической и психической разгрузки.

Таким образом, психологические основы культурно-досуговой деятельности формируются исходя из признания:

- действенности ее профилактических и коррекционных возможностей по выравниванию и предотвращению негативного эмоционального состояния личности;
- целесообразности использования методов культурно-досуговой деятельности, обеспечивающих социально-психологическое воздействие на процесс становления и развития личности, решения жизненно важных проблем современного человека;
- возможности оздоровления психики человека, развития его внутреннего мира, расширения индивидуальной жизненной среды;
- удовлетворения личностных потребностей в самопознании и самореализации.

Мотивация культурно-досуговой деятельности определяется собственно личностью, из внутренних побуждений. Цели этой деятельности также определяются каждым, исходя из личного опыта, образовательного уровня, круга интересов и увлечений.

Педагогический аспект проблемы свободного времени заключается в том, чтобы воспитать в личности потребность и осознанное умение распределять свободное время не только с учетом собственного желания и возможностей, но и с ориентацией на отношения «личность – общество». Свободное время, как и время вообще, это пространство для развития личности, ее способностей, для формирования собственного образа жизни.

Объектом педагогики досуга выступают люди всех возрастов, начиная с воспитанников детских садов и кончая почтенными ветеранами, а также явления социокультурной действительности, которые обуславливают развитие человеческого индивида в процессе целенаправленной досуговой деятельности. Это объясняется тем, что проблемы социального взаимодействия, которыми она занимается, касаются практически всех, и, соответственно, педагогике приходится соприкасаться практически со всеми. Она базируется на фундаментальных для педагогической науки положениях из области человекознания, психологии, истории, культурологии и т. д.

С точки зрения педагогического подхода культурно-досуговая деятельность – это неотъемлемая часть всей системы общественного воспитания, главными функциями которой являются:

- социализация, инкультурация и индивидуализация личности;
- пропаганда здорового образа жизни;
- содействие семье и школе в морально-эстетическом воспитании детей и молодежи;
- обеспечение процесса самореализации творческих потенций личности в пространстве ее профессиональной жизни;
- организация интеллектуально насыщенного отдыха различных категорий населения.

Педагогика досуга как область знания исходит из важнейшего положения о формировании и развитии личности в процессе деятельности, которая базируется на биологических и социальных потребностях человека. Исследования в области педагогики досуга направлены прежде всего на разработку концептуально-теоретических подходов к организации педагогически

целесообразной культурно-досуговой деятельности, отвечающей потребностям социума, с учетом множества факторов, характеризующих образ жизни человека в современном информационном обществе.

Исследователи педагогики досуга А. Ф. Воловик и В. А. Воловик определяют досуговую деятельность, исходя из следующих принципиальных позиций:

- во-первых, ее действительный мотив – потребность личности в самом процессе этой деятельности;
- во-вторых, такая деятельность может быть разнообразна по своему предмету;
- в-третьих, в отличие от прочих видов деятельности, цели и содержание которых заложены в них самих, цели и содержание досуговой деятельности избираются человеком свободно в зависимости от культурного уровня, потребностей и интересов;
- в-четвертых, досуговая деятельность может носить социально полезный характер, характер социально нейтральный, быть замкнутой в системе узкогрупповых ценностей и обретать характер социально-отрицательный, асоциальный. Далее авторы отмечают, что педагогический процесс в сфере досуга «представляет собой целенаправленную организацию досуговой деятельности, планомерный перевод ее на более высокий уровень» [9, с. 11].

Таким образом, с позиций педагогического подхода актуализируется необходимость целенаправленного педагогического воздействия на сферы досуговой деятельности личности для осуществления процессов ее социализации и социальной адаптации. Представители социальной педагогики обращают внимание на необходимость насыщения досуга как социального времени, прежде всего детей и молодежи, различными видами культурно-творческой деятельности, способствующей нравственному и интеллектуальному развитию личности молодого человека.

Специально организованная культурно-досуговая деятельность имеет социально-воспитательную ценность как для личности, так и для общества в целом, обеспечивая сохранение, восстановление физического и духовного здоровья человека.

Педагогически целесообразная организация досуга позволяет реализовать его основные социальные функции: рекреативные, компенсаторные, социализирующие, гедонистические,

функции общения, творческой самореализации, развития личностных качеств. Ученые подчеркивают, что выполнение этих функций имеет первостепенное значение в процессе создания условий, необходимых для развития и саморазвития личности.

В пространстве досуга современному человеку предоставляются богатейшие возможности саморазвития, удовлетворения потребностей, раскрытия креативно-творческих потенций. Организация педагогически целесообразного досуга, привлечение действенных механизмов, стимулирующих социально-культурную активность личности, в конечном счете формирует культуру досуга личности, которая М. А. Ариарским определяется как качество личности, отражающее «потребность и умение конструктивно использовать свое свободное время, которое реализуется в активном отдыхе, удовлетворении и постоянном возвышении духовных потребностей посредством репродуктивной и творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию культурных ценностей и развитию своих сущностных сил» [4, с. 298].

Наиболее значительный вклад в изучение досуга и досуговой деятельности внесли представители *теории социально-культурной деятельности*. Культурно-досуговая деятельность определяется ими как социально-культурная деятельность, осуществляемая в пространстве досуга.

Представители теории социально-культурной деятельности практически единодушны в утверждении того, что плодотворное использование досуга человеком – важная задача общества, ибо, когда он осуществляет процесс своего досугового общения с искусством, техникой, спортом, природой, а также с другими людьми, важно, чтобы делал он это рационально, продуктивно и творчески. Обществу далеко не безразлично, какой выбор сделает индивид, как он распорядится своим свободным временем. К досугу предъявляются требования не только восстановления физических и психических сил человека, но также его дальнейшего обогащения и развития.

В современной социально-культурной ситуации свободное время выступает как социально осмысленная необходимость. «Общество кровно заинтересовано в эффективном использовании свободного времени людей; это необходимо в целях социально-экономического развития и духовного обновления всей нашей жизни в новых условиях. Именно с этих позиций, – от-

мечают Т. Г. Киселева и Ю. Д. Красильников, – и формируется «внешний» социальный заказ на освоение свободного времени, на разработку программ, проектов и воплощение в практику различных форм социально-культурной деятельности населения [13, с. 145].

Само понятие «досуг» часто объясняется и понимается как отдых, развлечение, удовлетворение, игра, нерабочая деятельность, свобода, рекреация и т. д. Т. Г. Киселева и Ю. Д. Красильников выделяют три значения понятия «досуг»: как синоним свободного времени; как синоним нерабочей (свободной) деятельности с различными модификациями; как синоним состояния или психологического переживания человека на данный момент. Внутри указанных значений существуют различные научные дефиниции, однако чаще досуг рассматривается как деятельность и обладает обширной типологией [13, с. 146].

В предельно концентрированном виде задачи, назначение и роль досуга, согласно Ю. А. Стрельцову, находят выражение в его трех основных социокультурных функциях. «Первая из них – рекреация, включающая в себя прежде всего регенерацию как восстановление растроченных физических сил и релаксацию, направленную главным образом на снятие психического утомления. Вторая функция досуга – развлечение, понимаемое как особый род досуговых занятий, призванных дать человеку возможность повеселиться, прилично провести время, поднять настроение, снять накопившееся психическое напряжение, получить требующуюся эмоциональную подзарядку. Сущность третьей функции правомерно эксплицировать через ключевое понятие “развитие”: в сфере досуга люди не только отдыхают и развлекаются, но и совершенствуют себя в культурном отношении» [24, с. 5–6].

То есть в контексте общей характеристики досуг можно квалифицировать как время, деятельность и состояние. В первом случае имеется в виду рассмотрение досуга в качестве определения временного отрезка, входящего в состав общего бюджета времени человека наряду с работой и бытовыми занятиями. Представление досуга как времени характеризует его с точки зрения продолжительности, длительности.

В профессиональной среде прочно установилось понимание досуга как основной сферы социально-культурной деятельности людей, как части общего бюджета времени человека, кото-

рая остается после вычета необходимых временных затрат на работу (учебу), удовлетворение физиологических потребностей (сон, питание и т. д.) и реализацию неотложных домашних, семейных обязанностей.

Так, Ю. А. Стрельцов к основным характеристикам досуга относит:

- свободу от обязанностей (все необходимое уже выполнено и можно делать только то, что хочется);
- возможность выбора (поскольку мы свободны и наше поведение управляется изнутри, мы приобретаем великое право самостоятельно выбирать род и вид занятия);
- неутилитарность досуговой деятельности (она самодостаточна и обладает процессуальной ценностью);
- гедонистичность досугового поведения (личности находятся в поисках радости, удовольствия, наслаждения);
- компенсационность (возвышающая активность направлена на возмещение того, что люди недополучают в других сферах своей жизнедеятельности) [24, с. 6].

Многочисленные слагаемые понятийного аппарата «досуга» как области научного знания начали разрабатываться в конце XX в. на протяжении 10–15 лет. Это относится к таким понятиям, как «досуговая деятельность», «социально-культурная деятельность», «социальные институты», «социальная педагогика», «индустрия досуга», «чистый досуг» и др. Также большинство ученых не разделяет, а, наоборот, «более полно идентифицирует понятия «досуг» и «свободное время».

С позиций теории социально-культурной деятельности досуг является средством погружения человека в культуру, способом превращения свободного времени в средство активного отдыха и дальнейшего физического, нравственно-духовного развития личности, стимулом для самосовершенствования, пространством самовыражения и самореализации.

Другими словами, досуг – это и регуляция индивидуального поведения, и способ социального настроения, и, следовательно, сфера социализации личности, поскольку именно досуговая деятельность позволяет вырабатывать навыки социального взаимодействия и межличностного общения, соотносить свои интересы с интересами другого.

С 50–60-х гг. XX в. досуг характеризуется исследователями как часть времени, свободного от обычной или сверхурочной

работы, а также от времени, затраченного на поездку на работу и другие действия, осуществляемые за пределами деятельности, направленной на заработка: удовлетворение личных потребностей в еде, сне, заботе о здоровье и внешности, а также многочисленных семейных, социальных, гражданских и религиозных обязанностей, которые человек выполняет в свое свободное время [13, с. 147].

Таким образом, досуг, досуговое (или рекреационное) время – это часть социального времени личности, группы или общества в целом, которая используется для сохранения, восстановления и развития физического и духовного здоровья человека, его интеллектуального совершенствования. Наибольшими объемами досугового времени обладают дети и пенсионеры – весьма многочисленная категория населения. Это время дает им возможность удовлетворить потребность в общении и увлечениях, решении хозяйственных и бытовых вопросов, активном отдыхе и т. д.

Актуально высказывание теоретиков социально-культурной деятельности о том, что досуг постоянно был и остается «сферой возникновения и развития спонтанных социокультурных инициатив, самоорганизации отдельных социокультурных слоев и групп в рамках досуга. Именно в этой сфере происходит интенсивное воздействие социальных, возрастных, профессиональных, этнических субкультур на содержание досуга и досуговой деятельности» [13, с. 159].

Досуг и свободное время с точки зрения юриспруденции также имеют существенный аспект. Многие правонарушения, особенно в среде молодежи, имеют первопричину – незаполненность досуга целесообразными видами деятельности, т. е. «свободное время, которое нечем заполнить».

К сожалению, криминологическая проблематика при рассмотрении вопросов свободного времени и досуга не проявляет тенденции к сокращению. Понятно, что эта проблема плотно увязана с проблематикой экономической, культурологической, педагогической и др.

Потребность общества в регулировании деятельности людей в условиях досуга, таким образом, имеет следующие взаимосвязанные цели: во-первых, обеспечить развитие духовных, творческих сил человека, во-вторых, рационально организовать досуг, создать условия для конструктивной деятельности

личности во избежание асоциального поведения и негативных явлений в способах времяпрепровождения. «Свободное время и досуг – величайшее достижение человечества, общественное достояние, которое при низкой культуре организации и ненаполненности различными видами культурно-творческой деятельности превращается в большое социальное зло» (И. В. Бестужев-Лада).

Экономика досуга как область знания изучает вопросы, связанные с экономической стороной использования свободного времени. Эта наука является прикладной, поскольку она объясняет закономерности, принципы и механизмы экономических отношений в культурно-досуговой сфере, во всяком случае, ее определенные разделы, является основой развития экономической стороны отрасли, выпускающей продукты культуры.

Для дальнейшего развития социально-культурной сферы, отрасли культуры и досуга непреходящее значение имеет научное направление «экономика культуры», которое до настоящего времени не получило своего должного развития.

Экономика культуры не изучает содержание самих культурных потребностей, однако она исследует взаимосвязь процессов формирования и удовлетворения культурных потребностей с точки зрения макроэкономики, на уровне отрасли культуры и микроуровне предприятий, учреждений, организаций, занимающихся производством, хранением, распределением и обменом материальных и нематериальных продуктов отрасли культуры.

Предметом изучения экономики культуры являются теоретические и практические проблемы, связанные с управлением, планированием, финансированием, оплатой труда, структурой, системой организации учреждений культуры.

Вопросы экономики культуры, в частности, в сфере культурно-досуговой деятельности постоянно привлекают внимание в профессиональной среде и приобретают все большую актуальность. Представляется, что государственный бюджет должен остаться одним из главных источников финансирования государственных культурно-досуговых учреждений, но их дальнейшее развитие обязательно требует расширения экономических источников и каналов поступления финансовых средств: от коммерческих услуг, со специализированных фондов, при долевого участия бизнес-структур, от спонсоров и др.

Практика культурно-досуговой деятельности настоятельно требует развития рентабельных форм хозяйствования, которые бы позволили эффективно использовать государственные средства и постепенно совершенствовать практику самофинансирования учреждений культуры. Современное экономическое состояние сферы досуга в Беларуси вызывает необходимость проведения глубоких и серьезных исследований проблем финансовой деятельности учреждений культуры непосредственно в регионах.

Современные культурно-досуговые учреждения оказались под влиянием сложных и порой противоречивых процессов, среди которых выделяются: стандартизация образа жизни и тиражирование форм любительской деятельности и моделей поведения в сфере социально-культурной деятельности и досуга; рост потребности в живом контакте с искусством и потребности в творческой самореализации личности, в том числе в деятельности учреждений сферы досуга; нарастание материально-прагматических интересов населения в сфере досуга, связанных с экономическим состоянием общества.

Специалисты культурно-досуговой сферы ощущают необходимость изучения проблем экономики досуга в их непосредственной связи с вопросами культурологии и социологии культуры.

Одним из важнейших факторов, определяющих состояние развития культурно-досуговой сферы, является *государственная политика*. Ее устойчивость, последовательность, направленность и т. д. находят свой отпечаток в экономике и массовом сознании, культуре и науке, воспитании и семейном укладе – во всех человеческих взаимоотношениях [18, с. 6–7]. Способна ли она, таким образом, влиять и на поведение людей, их интересы и потребности. Поэтому стоит указать и на еще один – политологический аспект проблемы свободного времени.

Очевидно, что каждое государство заинтересовано в том, чтобы свободное время имело соответствующую ценность как для личности, так и для общества в целом, так как деятельность человека, социальных групп и т. д. не только в условиях производства, но и в условиях досуга имеет большую социальную значимость.

Необходимость социального регулирования как специально организованной целенаправленной деятельности в культурно-

досуговой сфере не вызывает сомнений, так как благодаря регулированию культурно-досуговая деятельность приобретает социально организованный характер, тот уровень культуры досуга, который характеризуется стабильностью, регулярностью, периодичностью.

Так, в Кодексе Республики Беларусь о культуре термин «культурная деятельность» определяется как деятельность по созданию, восстановлению (возрождению), сохранению, охране, изучению, использованию, распространению и (или) популяризации культурных ценностей, предоставлению культурных благ, эстетическому воспитанию граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства.

Кроме того, в Кодексе выделяется организация культурного отдыха (досуга) населения – направления культурной деятельности по удовлетворению просветительных, эстетических, познавательных и развлекательных потребностей населения, а также потребностей в межличностных отношениях и отдыхе.

Основными видами организации культурного отдыха (досуга) населения обозначены:

- организация и проведение культурных мероприятий;
- осуществление деятельности клубных формирований;
- проведение дискотек, балов, карнавалов, детских утренников, игровых и других танцевальных и (или) развлекательных программ;
- проведение массовых театрализованных праздников и представлений, народных гуляний, обрядов и ритуалов в соответствии с местными обычаями и традициями;
- организация работы по краеведческим, научно-техническим, экологическим, культурно-бытовым, коллекционным и другим интересам.

Трудно не согласиться с мнением исследователей, что от состояния души человека, образованности его ума, культуры его быта и духовных устремлений зависит достижение целей государства. «Сфера досуга как социальная сфера, в которой человеческие индивиды пребывают довольно продолжительное время на протяжении своего жизненного пути, должна быть объектом государственной политики». Главная задача этой политики, отмечают далее И. И. Антонович и В. П. Скороходов в своей книге «Свободное время и культура», – наполнить досуг человека высоким культурным содержанием, выработать стой-

кую привычку к постоянному потреблению духовных ценностей и научить ориентироваться в неисчерпаемом культурном богатстве мира [3, с. 22].

Таким образом, целенаправленная и педагогически целесообразная в современных условиях организация культурно-досуговой деятельности – важнейшая задача государственной политики в сфере культуры.

Культурно-досуговая сфера как пространство профессиональной деятельности имеет свою инфраструктуру, призванную обеспечивать научно-теоретическое, организационно-творческое, информационно-методическое, законодательно-правовое, финансово-экономическое и кадровое сопровождение культурно-досуговой деятельности. «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».

В Беларуси культурно-досуговая сфера имеет довольно развитую инфраструктуру и представлена различными видами и формами деятельности, различными уровнями и степенями значимости как для общества, так и для развития личности. В сферу культурно-досуговой деятельности в настоящее время вовлечены дома и дворцы культуры, клубы, парки культуры, кинотеатры, центры молодежного досуга, дома художественного творчества; концертные учреждения, дома семейных торжеств. Значительную роль в структуре культурной деятельности выполняют и учреждения искусства (театры, киностудии, филармонии, цирки, художественно-творческие мастерские, любительские студии, кружки и т. д.), творческие союзы и иные объединения художественно-творческой направленности.

Определенное место в структуре культурно-досуговой деятельности занимают образовательно-воспитательные учреждения: учебные заведения (школы, лицеи, гимназии, училища, колледжи, институты, академии, университеты и др.); дошкольные учреждения; учреждения дополнительного образования детей и молодежи (дома творчества детей и молодежи, школы изобразительных искусств, детские школы искусств, хореографические студии).

Культурно-досуговая сфера включает в себя деятельность органов государственного управления и научно-методического руководства, организационно-методических центров народного творчества, различных учреждений культуры: государственных, профсоюзных, ведомственных (музеи, библиотеки, кинотеатры, парки отдыха), коммерческих организаций клубного типа; систему домов отдыха.

В сфере культуры функционирует около 6 тыс. государственных организаций культуры (1 тыс. государственных организаций культуры со статусом юридического лица): клубы (2536), публичные библиотеки (2552), музеи (150), театральнотрелищные организации (49, в том числе 28 театров, 19 концертных организаций, 2 цирка), парки (12), зоопарки (5), методические центры народного творчества (12). С участием клубных формирований ежегодно проводится более 120 тыс. концертов и спектаклей, более 45 тыс. театрализованных народных праздников и обрядов, более 40 тыс. выставок произведений народного декоративно-прикладного искусства. Культурное обслуживание сельских населенных пунктов, не имеющих стационарных учреждений культуры, осуществляют 106 автоклубов (по данным сайта Министерства культуры Республики Беларусь kultura.gov.by).

Только государственная система учреждений клубного типа имеет около 50 моделей (районные центры культуры, дома художественного творчества, центры досуга, дома ремесел, центры фольклора, дома социально-культурных услуг и др.). В государственных клубных учреждениях отрасли культуры функционирует около 1800 «народных» и «образцовых», 70 «заслуженных» любительских коллективов художественного творчества.

Каждый из социально-культурных институтов, функционирующих в сфере досуга, выступает в качестве социально организованного пространства духовного и физического становления личности, его самореализации и самоопределения; центра развития рекреационной культуры разных социальных групп и слоев общества; творческой лаборатории любительского творчества во всех видах и формах его бытования; аккумулятора культурной активности и инициативы различных групп населения в сфере свободного времени; организатора праздничнотрелищных программ на основе как традиционных, так и инно-

вационных технологий; координатора культурной жизни и различных социокультурных процессов в регионах нашей страны.

Осуществляя довольно активную культурно-досуговую деятельность среди населения, цель которой отдых и рекреация, игровое общение, развлечение, любительское творчество, образовательно-познавательная и празднично-зрелищная деятельность, социально-культурные институты все больше заполняют досуг программами и мероприятиями, которые удовлетворяют культурные потребности и интересы самых различных категорий населения.

Благодаря деятельности социальных институтов, активность населения в сфере досуга приобретает организованный характер. Сама сфера досуга начинает развиваться более стабильно и устойчиво, постепенно становится социально организованной сферой жизнедеятельности общества, которая по своей сути является пространством для удовлетворения потребностей и интересов личности в саморазвитии и самоактуализации.

Самым эффективным институтом в культурно-досуговой деятельности являются учреждения культуры, в которых культурно-досуговая деятельность становится системной, последовательной и носит творческий характер. Именно культурно-досуговые учреждения своей деятельностью в значительной мере способствуют развитию и расширению культурной сферы досуга.

Главное призвание каждого из социально-культурных институтов заключается в объединении людей для совместной деятельности по удовлетворению культурных потребностей и решению конкретных социальных задач. В деятельности современного культурно-досугового учреждения должны органично соединяться разные подходы к удовлетворению культурных потребностей личности, в том числе через предоставление тех коммерческих услуг, которые содействуют решению жизненно важных вопросов и проблем.

Культурно-досуговая деятельность в новых условиях должна выполнять не только рекреационные функции (безусловно, очень важные и широко востребованные), но и пробуждать и поддерживать интерес жителей регионов к культурному наследию, истории родного края, местным историко-культурным

достопримечательностям, к осознанию ценности аутентичного искусства и традиционной культуры.

Важным становится необходимость формировать у молодого поколения уважительное отношение к уникальным особенностям как городского, так и сельского социокультурного пространства, создавать организационные предпосылки для активного, действенного и заинтересованного культурного любительского творчества, формировать культуру досуга каждого современного человека.

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте сущность понятий «досуг» и «культурно-досуговая деятельность».
2. Назовите основные подходы к раскрытию социально-культурной сущности досуга и культурно-досуговой деятельности.
3. Выделите этимологические корни термина «досуг».
4. Определите место досуга в структуре образа жизни современного человека.
5. Дайте характеристику культурно-досуговой деятельности как средства инкультурации личности.
6. Охарактеризуйте досуг как сферу удовлетворения социально-культурных потребностей личности и разных групп населения.
7. Дайте определение досуга как сферы социально-культурной активности личности.
8. Перечислите основных субъектов инфраструктуры культурно-досуговой сферы в Беларуси.
9. Назовите наиболее известных исследователей культурно-досуговой деятельности.

Рекомендуемая литература

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронны рэсурс] : ад 20 ліп. 2016 г., № 413-З: прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрв. 2016 г. : адобр. Саветам Рэсп. 30 чэрв. 2016 г. – pravo.by.
2. Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
3. Антонович, И. И. Свободное время и культура / И. И. Антонович, В. П. Скороходов. – Минск : Ковчег, 2008. – 230 с.

4. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики / М. А. Ариарский. – СПб. : Анатолия, 1999. – 530 с.

5. *Аристотель.* Политика / Аристотель // Сочинения : в 4 т. / Аристотель. – М., 1983. – Т. 4. – С. 375–644 ; Никомахова этика // Там же. – С. 53–294.

6. *Арнольдov, А. И.* Величие человека в его культуре / А. И. Арнольдov // Клуб: Творчество. Общение. Интересы. – 2000. – № 7. – С. 11–12.

7. *Бялявіна, В. М.* Грамадскія формы выкарыстання вольнага часу на Беларусі / В. М. Бялявіна // Беларусы. Т. 6. Грамадскія традыцыі / В. Ф. Бацяеў, В. М. Бялявіна, А. У. Гурко [і інш.]. – Мінск, 2002. – 606 с.

8. *Васильева, Т. Г.* Культурно-досуговая деятельность : учебник / Т. Г. Васильева, Ю. Г. Волков. В. А. Волобуев [и др.] ; под науч. ред. акад. А. Д. Жаркова и проф. В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.

9. *Воловик, А. Ф.* Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М. : Флинта : МПСИ, 1998. – 240 с.

10. *Грыгаровіч, Я. Д.* Прыкладная культуралогія : вучэб. дапам. / Я. Д. Грыгаровіч, А. І. Смолік. – Мінск : Адукацыя і выхаванне, 2005. – 228 с.

11. *Жарков, А. Д.* Культурно-досуговая деятельность как общественный феномен / А. Д. Жарков // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2003. – № 2. – С. 72–79.

12. *Кирсанов, В. В.* Государственная политика в сфере досуга. Сущность. Структура. Неиспользованные возможности / В. В. Кирсанов // Российская культура глазами молодых ученых : сб. трудов молодых ученых-культурологов. – СПб., 1993. – С. 99–116.

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

14. *Королев, Н. Н.* Социально-педагогические показатели эффективности организации досуга : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Н. Н. Королев ; ЛГИК. – СПб., 1991. – 22 с.

15. *Кузьмин, С. В.* Культура свободного времени как фактор социализации личности : (на материалах БССР) : автореф.

дис. ... канд. филос. наук : 09.00.09 / С. В. Кузьмин ; Белорус. гос. ун-т им. В. И. Ленина. – Минск, 1985. – 19 с.

16. Культурная сфера вольнага часу: стан, праблемы, пошукі : матэрыялы рэсп. навук.-практ. канф. (Мінск, снеж. 1995). – Мінск : БелППК, 1997. – 104 с.

17. *Мискевич, А. Б.* Человек в свободное время: мнение социолога / А. Б. Мискевич. – Минск : Наука и техника, 1989. – 52 с.

18. *Міхневіч, А. Я.* Вольны час: актуальныя аспекты праблемы / А. Я. Міхневіч // Культурная сфера вольнага часу: стан, праблемы, пошукі : матэрыялы рэсп. навук.-практ. канф. (Мінск, снеж. 1995). – Мінск, 1997. – С. 5–7.

19. *Патрушев, В. Д.* Изменение в использовании свободного времени городского населения за двадцать лет (1965–1986 гг.) / В. Д. Патрушев // Социологические исследования. – 1991. – № 3. – С. 24–32.

20. *Первушина, О. В.* Социально-культурная деятельность (теоретические основы) : учеб. пособие / О. В. Первушина. – Барнаул : АГИИК, 2002. – 96 с.

21. Рэспубліканская навук.-практ. канф. з цыклу «Гульні і забавы ў культуры правядзення вольнага часу дзяцей і моладзі: змены сацыяльнай парадыгмы» [Электронны рэсурс]. – Брэст, 2016. – brsu.by/en/node/19574.

22. Словарь прикладной социологии / сост. К. В. Шульга ; отв. ред. Г. П. Давидюк. – Минск : Университетское, 1984. – 317 с.

23. *Смаргович, И. Л.* Основы культурно-досуговой деятельности : учеб.-метод. пособие / И. Л. Смаргович. – Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.

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

25. *Ярошенко, Н. Н.* Педагогические парадигмы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Н. Н. Ярошенко. – М. : МГУКИ, 2004. – 203 с.

1.2. ТЕОРЕТИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Анализ теоретических источников и практики культурно-досуговой деятельности показывает, что в социокультурном отношении досуг располагает богатыми возможностями реализации духовно-нравственного, художественно-эстетического, творческого и рекреативного потенциала личности, социальной группы, общества. С точки зрения теории культурно-досуговой деятельности досуг выступает в качестве:

- одной из форм жизнедеятельности человека;
- части свободного времени;
- пространства саморазвития личности и проявления ее сущностных сил;
- фактора развития культуры общества и социума в целом;
- относительно самостоятельной части жизни общества;
- пространства социально-культурной деятельности различных социальных групп населения;
- социально организованной сферы, имеющей собственную инфраструктуру;
- сферы профессиональной деятельности специалистов соответствующей квалификации.

В данном контексте педагогически организованный досуг выступает как своеобразный социальный механизм, стимулирующий социально-культурную активность, духовное развитие личности и социума в условиях свободного времени.

Миссия культурно-досуговой деятельности в современном обществе – инкультурация личности посредством педагогически целесообразных социокультурных технологий (базовых технологических систем социально-культурной деятельности: просветительных, рекреационных, креативных, зрелищных, коммуникативных, игровых, информационных и др.), востребованных в социуме и отвечающих задачам развития современного общества; содействие реализации культуротворческого потенциала каждого человека, культурно-творческое развитие и социальное воспитание его личности.

Научно-теоретическое осмысление культурно-досуговой деятельности в современном социуме необходимо для определения путей ее расширения и устранения значительного разрыва между общим объемом свободного времени и его качествен-

ным наполнением современными педагогически целесообразными технологиями.

Один из видных теоретиков в области культурно-досуговой деятельности А. Д. Жарков в своей статье «Культурно-досуговая деятельность как общественный феномен» обращает внимание, что уже при первичном анализе культурно-досуговой деятельности выявляется многогранность рассматриваемого понятия, которое складывается из трех терминов: «культура», «досуг», «деятельность».

Далее исследователь трактует их следующим образом:

– культура – специфический способ создания, развития и обеспечения жизнедеятельности людей, опредмеченной в продуктах материального и духовного труда, в системе социальных норм и духовных ценностей, в совокупности общественных отношений;

– досуг – часть свободного времени, используемая для общения, потребления ценностей духовной культуры, развлечений и других видов нерегламентированной деятельности, обеспечивающей отдых;

– деятельность – специфически человеческая форма активного отношения к окружающей среде, социуму, предполагающая ее целесообразное изменение и преобразование [6, с. 72–73].

Таким образом, культурно-досуговая деятельность представляет собой «деятельность по удовлетворению основных социально-культурных потребностей людей в свободное время: в отдыхе и развлечениях (концерты, шоу-программы), познании (музеи, выставки, экскурсии), общении (клубы по интересам, студии), творчестве (занятия любительским художественным и техническим творчеством), праздниках и зрелищах и др. Она играет значительную роль как в жизни современного человека, так и в процессе развития общества» [22].

Стратегической целью культурно-досуговой деятельности можно считать повышение общей культуры людей, частными целями – воспитание нравственной, эстетической, физической, правовой, психологической, экологической культуры и др.

Очевидно, что теория культурно-досуговой деятельности как область научного знания, изучающая социокультурный феномен досуга и закономерности осуществления досуговой деятельности, характеризуется междисциплинарностью, комплексностью и опорой на деятельностный подход. Современ-

ная 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. На каждом этапе исторического развития виды культурно-досуговой деятельности упорядочиваются, приобретая определенное значение для человека и общества. Поэтому и теория культурно-досуговой деятельности развивается с учетом достижений многих наук, прежде всего психологии, педагогики, культурологии, социологии.

По мнению исследователей, «досуговая деятельность» является самостоятельной научной дефиницией, определяющей основное содержание форм, методов и средств ее организации [6; 8; 10].

С точки зрения теории досуга можно выделить ряд основных функций культурно-досуговой деятельности:

- социализирующая;
- культуротворческая;
- воспитательная;
- рекреационно-оздоровительная;
- развлекательно-игровая;
- познавательно-образовательная;
- коммуникативная;
- творческая;
- здоровьесберегающая;
- компенсаторная;
- анимационная.

К существенным характеристикам культурно-досуговой деятельности исследователи относят следующие:

- осуществляется в пространстве свободного времени;
- предполагает добровольность и инициативу самих участников;
- имеет широкий диапазон форм, методов и средств организации совместного досуга;
- включает модели социального поведения, освоенные в рамках региональных и культурно-исторических традиций;
- имеет многообразие видов среди разновозрастных групп;

– направлена на реализацию задач инкультурации и социализации личности;

– решает множество социально-педагогических и социально-психологических проблем современного человека.

Как область научного знания теория культурно-досуговой деятельности имеет свои принципы (лат. *prīncipiūm* – основные исходные положения какой-либо теории, учения, науки, руководящая идея и т. д., а также внутреннее убеждение человека, непреложный взгляд на вещи, на окружающую действительность). Ей свойственна множественность принципов – объясняется тем, что в теории и практике самой отрасли бытуют подходы различных научных школ и каждый из них опирается на собственный понятийный аппарат, характерные методы и способы анализа и свои принципы [2; 6; 8; 10].

Принципы культурно-досуговой деятельности представляют собой основное методологическое звено теории, их развитие исторически обусловлено, содержание носит объективный характер. Принципы составляют единое целое с функциями, посредством которых получают реализацию и развитие в практической работе.

Основными принципами организации культурно-досуговой деятельности в современном информационном обществе выступают: гуманизация и регионализация, самоуправление и инициатива населения, учет культурно-исторических традиций, дифференциация и интеграция, проблемно-целевой характер деятельности различных ее субъектов, важнейшим из которых является клубное учреждение как общедоступный, гуманистически ориентированный институт, который проецирует в жизнь социально-культурные процессы в сфере досуга, придает им организованный характер и социально-воспитательную направленность.

В теории социально-культурной деятельности выделяют следующие принципы культурно-досуговой деятельности [5, с. 87–90]:

– неразрывная связь социально-культурной деятельности с жизнью, с практическими задачами реформирования общества. Осуществление этого принципа предполагает соблюдение ряда условий;

– целенаправленность социально-культурной деятельности (наличие цели педагогического и культуроразвивающего воздействия);

– конкретность социально-культурной деятельности, т. е. каждое учреждение культуры осуществляет свою деятельность в обществе, решая ежедневно присущие только ему задачи соответствующими формами, средствами, методами;

– оперативность деятельности социально-культурных учреждений (актуальность, динамичность реагирования на общественные процессы, стимулирование социальной активности личности);

– непрерывность процесса социально-культурной деятельности (последовательность и систематичность, прогнозирование и программирование направленного воздействия);

– принцип добровольности и общедоступности социально-культурной деятельности. Добровольность отражает возможность свободного выбора занятий из всего многообразия видов деятельности, предлагаемого социально-культурным учреждением, и выражает все возрастающую тенденцию к самопрограммированию личностного содержания своей культуроразвивающей деятельности. Эта деятельность, ее содержание отражают духовный уровень личности, она организуется по собственному усмотрению, для собственного развития;

– принцип развития инициативы и самостоятельности. В основе действия этого принципа лежит потребность в самовыражении и утверждении себя в системе многообразных общественных отношений. Человеку присуще желание расширить диапазон своей социальной роли и связей с обществом, в проявлении себя как личности с различных сторон и в разных общественно-творческих качествах;

– принцип преемственности и последовательности в освоении культурного наследия. Воспроизводство достижений человеческой культуры, передача традиционных ценностей от поколения к поколению всегда осуществляется обществом через воспитание, обучение, просвещение. Культурные ценности, ценностные ориентиры личности формируются через культурную деятельность, организованную в учреждениях культуры;

– принцип дифференцированного подхода к различным социально-демографическим группам. Изучение конкретных социально-демографических групп (возраст, пол, уровень обра-

зования, социальное положение, индивидуально-психологические особенности и др.), характеризующихся тем или иным уровнем интереса к определенному виду деятельности, позволяет не только определить содержание социально-культурных мероприятий, но и подойти к разработке наиболее эффективных форм и методов воздействия на эти группы, что, естественно, повысит качество социокультурной деятельности;

– принцип системности и последовательности. Следование этому принципу означает, что социально-культурная деятельность должна рассматриваться с позиций системного подхода целенаправленности, взаимосвязи и взаимозависимости ее компонентов, включения ее в качестве подсистемы в более сложные системы. Целеполагание, разработка задач, наличие субъекта и объекта деятельности, инструментария осуществления форм социально-культурной деятельности – все эти элементы необходимо рассматривать как часть единой системы – взаимосвязанные и взаимообусловленные, необходимые и достаточные. Прогнозирование, моделирование и конструктивная разработка видов, форм, методов и технологий социально-культурной деятельности базируются также на реализации данного принципа;

– принцип деятельностного подхода применительно к социализации, осуществляющейся социально-культурными средствами, является ведущим. Именно принцип деятельности позволяет понять природу и сущность социализации в полной мере.

Теория культурно-досуговой деятельности располагает весьма широким диапазоном форм, средств и методов педагогического воздействия на личность, включенную в процесс нерегламентированной культурной деятельности. Так, в арсенале учреждений культурно-досуговой сферы используется значительное количество массовых и групповых форм деятельности как совокупности определенных средств и методов организации деятельности личности и социальных групп населения в условиях свободного времени, способов организации досуга, которые обеспечивают эффективность воспитательного воздействия и стимулируют процесс развития личности.

По своей сути формы культурно-досуговой деятельности – это утвердившаяся на практике система применения совокупности определенных средств и методов вовлечения людей в процесс создания, освоения, сохранения и распространения

ценностей культуры, в различные виды социального, научно-технического и художественного творчества.

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.

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

- места осуществления деятельности: домашние и внедомашние;
- наличия творческой составляющей культурно-досуговой деятельности: активные и пассивные;
- способа организации: индивидуальные, групповые и массовые;
- субъектов организации культурно-досуговой деятельности: формы музейной, клубной, библиотечной работы.

По мнению А. Д. Жаркова, методика культурно-досуговой деятельности представляет собой диалектическое единство профессиональной деятельности организаторов и методистов (сценаристов, режиссеров и других специалистов) и участников культурно-досуговых программ, а также других посетителей учреждений культуры. Взаимосвязь культурных потребностей людей с возможностью и готовностью учреждений культуры их реализовать создает условия для раскрытия существенных свойств учреждений культуры, слияния в их работе организующих воздействий «сверху» с широкой инициативой и самодеятельностью «снизу» [8, с. 122].

Исследователи выделяют общую методику культурно-досуговой деятельности и частную. Под общей методикой понимается система знаний о средствах, формах и методах, применяемых учреждениями культуры. Частной методикой называют совокупность средств, форм и методов, используемых при решении отдельных задач, стоящих перед учреждениями культуры.

В рамках развивающей функции досуга современный специалист культурно-досуговой сферы, согласно М. А. Ариарскому, призван обеспечить решение ряда профессиональных задач:

- вовлечение индивида в процесс непрерывного просвещения;
- включение людей в различные формы любительского творчества (художественного, технического и т. д.);
- обеспечение личностно значимого неформального общения;
- обеспечение самореализации творческих потенций человека, которые не удастся проявить в профессионально-трудовой и иных изначально детерминированных сферах жизнедеятельности [2, с. 290].

Постоянно возрастающая роль досуга как общественной ценности прежде всего ставит задачу научной разработки технологических основ культурно-досуговой деятельности. Важнейшая задача теории культурно-досуговой деятельности – изучение и теоретическое обоснование педагогически целесообразных технологий организации досуга.

Сам термин «технология» в гуманитарную плоскость знания перенесен из области технических дисциплин. Он происходит от двух древнегреческих слов: *techné* – искусство, мастерство; *logos* – учение, наука, знание, закон. Возникновение понятия «технология» связывается с техническим прогрессом. Превращение простого ремесленного труда в массовое производство в результате углубляющейся специализации и общественного разделения труда, развитие кооперации и увеличение масштабов индустриального производства вызвало необходимость повсеместной разработки технологий. Впервые термин «технология» ввел Иоганн Бекманн в конце XVIII в. для обозначения объема знаний, которые, по определению Кэмпбелла Макконнелла и Стэнли Брю, «можно использовать для производства товаров и услуг из экономических ресурсов»^{*}.

В экономических словарях «технология» обозначается как совокупность средств, процессов, операций, методов, с помощью которых входящие в производство элементы преобразуются в выходящие; они охватывают машины, механизмы и инструменты, навыки и знания.

В системе гуманитарного знания под «технологией» понимается совокупность целесообразной практической деятельности в соответствии с целью, спецификой и логикой процесса преобразования и трансформации того или иного объекта. По-

^{*} Макконнелл Кэмпбелл Р., Брю Стэнли Л., Флинн Шон М. Экономика: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. – 21-е изд. – М.: Инфра-М, 2019. – 1056 с.

нятие «технология культурно-досуговой деятельности» для обозначения научно обоснованных приемов и способов организации совместной деятельности людей в условиях досуга было принято в 90-х гг. прошлого века.

В практике культурно-досуговой деятельности имеется богатый арсенал технологий для реализации целей и задач инкультурации личности. В социокультурной деятельности широко используются самые разнообразные, уникальные формы регулирования различными социокультурными процессами.

Технологии культурно-досуговой деятельности не что иное, как совокупность форм, методов, методик, средств, а также моделей социального поведения человека в процессе нерегламентированной и социально значимой деятельности, направленной на реализацию целей и задач инкультурации и социализации личности.

Термин «технология» заимствован из области технических дисциплин, но, как замечает А. Д. Жарков, его введение в терминологический аппарат культурно-досуговой деятельности представляется целесообразным, поскольку он отражает совокупность оснований профессиональной, информационной, социально-педагогической и инициативной систем. Автор рассматривает технологию культурно-досуговой деятельности как «целостный процесс, связанный единством целей, разнообразием методов, приемов, средств, форм взаимодействия с педагогической технологией» [8, с. 235, 236]. Описание всех компонентов деятельности, следуя которым можно повторно воспроизвести эту деятельность и вновь получить данный конкретный продукт, – это и есть технология, и данное понимание технологии, отмечают исследователи, может быть применимо к любой деятельности.

Технология культурно-досуговой деятельности определяется как процесс сложный, многоплановый, противоречивый, поскольку решает основные задачи: создание культурно-досуговых программ, поиск оригинальных решений в традиционных формах предметной деятельности и выдвижение новых форм на основе совместного творчества специалистов и инициативных участников (посетителей, зрителей и т. д.) [8, с. 229].

Культуролог Г. Н. Новикова рассматривает социально-культурные технологии как системную последовательность технологических процессов, включающих важнейшие алго-

ритмы действий: «от разработки концептуальной основы предполагаемого социокультурного проекта – через диагностику – прогноз – четкое формулирование целей и задач – отбор форм, методов, средств, условий – организацию и управление, – способствующих достижению прогнозируемого результата с конкретным субъектом в конкретной среде» [16, с.13].

На последовательность взаимосвязанных процедур и операций, которые выполняются более или менее однозначно и имеют целью достижение высокой эффективности в структуре технологий как способов реализации людьми конкретного сложного процесса, обращает внимание болгарский ученый Марко Марков. По его мнению, технологии усиливают эффект человеческих действий путем соединения отдельных элементов в единую цепь. «В конечном счете задача технологии – усилить эффект человеческих действий не через отдельные свои элементы, а путем соединения их в единую цепь» (Марков М. Технология и эффективность социального управления: пер. с болг. М.: Прогресс, 1982. С. 48).

Таким образом, исследователи подчеркивают, что технология культурно-досуговой деятельности – целостная система, в которой взаимодействуют все компоненты, преобразуясь по своему характеру, содержанию и структуре.

Так, А. Д. Жарков выделяет в этой системе несколько подсистем, связанных между собой и представляющих единство идеальных и предметных компонентов:

- организационная подсистема – управление, финансирование, штатное расписание, должностные инструкции, наличие отделов, секторов, участников работы и т. д.;

- методическая подсистема – сценарии, сценарные разработки, методические рекомендации, описание опыта;

- режиссерская подсистема – режиссерский замысел, план репетиций, прогон, показ;

- психологическая подсистема – мотивационная сфера, структура личности посетителя, учредителя досуга и участника домашнего досуга, совокупность отношений между сотрудниками, профессиональное сознание, мастерство специалистов [8, с. 230].

Анализ публикаций теоретиков культурно-досуговой деятельности [5; 8; 10; 13; 17] позволяет выделить основные характеристики культурно-досуговых технологий.

Компоненты содержания культурно-досуговых технологий:

- когнитивный опыт личности, включающий систему знаний о природе, обществе, мышлении, технике, способах деятельности;
- конкретно-практический опыт личности, основанный на системе общих интеллектуальных и практических умений и навыков, обеспечивающих различные виды деятельности и способность личности к сохранению культуры;
- опыт креативно-творческой деятельности личности, обеспечивающий готовность личности к поиску решений возникших проблем новыми способами и путем творческого преобразования действительности;
- коммуникативный опыт деятельности, основанный на системе мотивационно-ценностных и эмоционально-волевых отношений личности к миру, природе, обществу и другим людям.

Структура каждой из технологий представляется включающей в себя:

- концептуальную часть как научное обоснование целесообразности данной технологии для решения социально значимой задачи, обеспечивающей инкультурацию личности в пространстве досуговой деятельности;
- контекстуальную часть, предполагающую точную оценку внешних обстоятельств и особенностей среды (социума), где воспроизводится данная технология;
- содержательную часть, в которой отражается способ достижения предполагаемого результата совместной деятельности людей, удовлетворяющих досуговые интересы и потребности;
- процессуальную часть с подробной разработкой последовательности организационных действий, включая модели поведения аудитории, методы и средства деятельности участников мероприятия и т. д.;
- итогово-аналитическую часть, предполагающую подведение итогов (соответствующую рефлекссию) осуществленного мероприятия.

Таким образом, технологические закономерности культурно-досуговой деятельности проявляются в «целостности, целесообразности, функциональном единстве составляющих ее компонентов...

...Структура технологического процесса в учреждениях культурно-досугового типа выглядит следующим образом: социальный заказ, цель, содержание, форма, методы, средства

достижения цели, субъектно-объектные и объектно-субъектные отношения, материально-техническое и кадровое обеспечение, корректировка цели, конечные результаты, которые чаще всего выражаются в программе» [5, с. 101].

Результаты научного исследования «Разработать технологии социокультурной деятельности в агрогородках Республики Беларусь», осуществленного в рамках Государственной программы «Культура Беларуси» на 2011–2015 гг. сотрудниками кафедры менеджмента социально-культурной деятельности Белорусского государственного университета культуры и искусств» [22], позволили в качестве логических оснований для классификации социально-культурных технологий выделить три наиболее общих характерных признака:

- исторически сложившийся содержательный признак;
- функциональный или процессуальный признак;
- демографический, специализирующийся на субкультурных стратах.

По историко-содержательному признаку объединяются оздоровительные технологии: медико-биологические, лечебно-профилактические; культуроориентированные технологии: технологии изучения, сохранения, восстановления (реставрации), освоения и использования культурных ценностей в современной среде; культуротворческие технологии: технологии создания и развития культурных ценностей, технологии творческого развития детей и взрослых; экологические технологии: технологии изучения, освоения и охраны природной среды и природных ресурсов в процессе досуга; технологии предпринимательства и экономического обеспечения в социально-культурной сфере: коммерческие и некоммерческие, маркетинговые и рекламные.

По функциональному или процессуальному признаку: информационно-образовательные, обучающие, просветительные, коммуникативные, творчески развивающие и формирующие, рекреативные, компенсирующие, реабилитационные технологии; технологии социального прогнозирования, проектирования, творческого моделирования.

По социально-демографическому, «субкультурному» признаку: индивидуально ориентированные технологии – авторские, частные и др.; специализированные или групповые технологии – семейные, возрастные и разновозрастные, социаль-

ные, профессиональные, конфессиональные и этнические технологии малых групп и общностей; массовые, общедоступные технологии.

Анализ теоретических разработок в области досуговедения и обобщение практического опыта дают основание для выделения базовых технологических подсистем культурно-досуговой деятельности: рекреационных, коммуникативных, игровых, информационно-образовательных, креативно-творческих, зрелищных, анимационных и проектных.

Рекреационные технологии культурно-досуговой деятельности

Понятие «рекреация» прочно закрепилось в культурологической и педагогической науках, имея достаточно большой спектр значений (лат. *recreatio*, от *recreare* – воссоздавать, обновлять, восстанавливать, возрождаться, отдыхать и др.). В теории социально-культурной деятельности под рекреацией понимается состояние отдыха.

Наиболее полным и точным является, на наш взгляд, понимание отдыха как смены деятельности, даже состояния бездеятельности, которое и обеспечивает восстановление физических, психических и эмоциональных сил человека. То есть «рекреация» – не только пространство или территория для отдыха, но и процесс, который может быть специально организован.

Социально-культурная рекреация – в исходном значении – «воссоздание», «восстановление». Если понятие «отдых» определяется как противопоставление «усталости», то рекреация не является логической противоположностью усталости. Отдых не тождествен «воссозданию», хотя может быть одним из способов «воссоздания». Отдых и рекреацию следует рассматривать как синонимы, тогда автоматически диада «отдых – работа» преобразуется в диаду «рекреация – работа».

Рекреация является одной из ведущих функций культурно-досуговой деятельности. Она способна снять производственное утомление, восстановить утраченные силы. Здесь, отмечает А. Д. Жарков, решается главная задача – психологическая разрядка и отдых. Исследователь выделяет следующие функции рекреации. Ведущая функция социально-культурной рекреации – психофизическая разрядка и эмоциональный отдых. Эта функция (направление) обеспечивает снятие утомления, восстановление утраченных сил, израсходованных в процессе

труда, переключение личности с одного вида деятельности на другой – рекреация как процесс воспроизводства физических, интеллектуальных и духовно-эмоциональных сил личности. Следующая функция, тесно переплетающаяся с предыдущей, гедонистическая (наслаждение, удовольствие). Если занятия будут полезными, но не будут приятными, они потеряют значительную долю привлекательности для посетителей, а вместе с этим и долю самой полезности [7, с. 213].

В современной науке рекреация рассматривается как специфический вид биологической, социальной и физической активности, сопровождающийся переживанием рекреационного эффекта. Рекреация как феномен представляет разные предметные сферы: отдых, досуг, свободное время, игра.

Рекреацию рассматривают и как досуг, выделяя основным признаком свободу выбора видов деятельности, в том числе и труд. В ее основе лежит мотивация поддержания жизни, сопровождающаяся удовольствием и радостью, отсутствием дискомфорта, возможностью использовать свой потенциал и реализовать способности.

Так, Т. Г. Киселева и Ю. Д. Красильников [10] называют следующие этимологические значения рекреации: отдых и восстановление. Таким образом, подразумевается, что рекреация, рекреационная деятельность, осуществляется в рамках досуга как части свободного времени.

Что касается развлечений, то в их трактовке словари обычно подчеркивают, что это занятия, отвлекающие от чего-то, доставляющие удовольствие, дающие возможность повеселиться, приятно и весело провести время.

Отдых и развлечения относятся к понятиям, которые называются перекрещивающимися. Взаимоотношения между ними определяются в зависимости от того, какой конкретный смысл мы вкладываем в основное, исходное понятие «отдых».

Как известно, человек на отдыхе может быть деятельным и бездеятельным. Это зависит от индивидуальных потребностей, привычек, состояния здоровья, интересов и желания отдыхающих. Бездеятельный отдых осуществляется в самых различных условиях: дома, на улице, во дворе, на природе и т. п.

Если понимать отдых в биологической трактовке как состояние бездеятельности (пассивный отдых), то деятельное по своей природе «развлечение» становится рядоположенным и

самостоятельным. Когда речь идет об активном отдыхе, суть которого составляет измененная деятельность, развлечение выступает в качестве особой разновидности и средства отдыха.

В тесной взаимосвязи с отдыхом и развлечениями находится еще один компонент свободного времени – досуговое общение. Досуговые группы, организуемые в культурно-досуговых учреждениях – любительские объединения, клубы по интересам, инициативные клубы, – обладают большими потенциальными возможностями в решении воспитательных задач через организацию неформального межличностного общения.

Таким образом, рекреационные технологии в сфере досуга – важный фактор общественной жизнедеятельности, способствующий развитию интеллектуально-творческого потенциала личности, обретению психологического равновесия и физического здоровья, достижению положительных взаимоотношений между субъектами культурно-досуговой деятельности.

Коммуникативные технологии культурно-досуговой деятельности

В ходе повседневного досуга человек удовлетворяет целый ряд своих потребностей, включая и рекреационные. В общении удовлетворяется очень важная потребность в эмоциональном сопереживании. Без общения невозможны столь необходимые для нормальной жизнедеятельности самопознание, самооценка, самореализация. В процессе общения происходит упрочение старых и завязывание новых знакомств. Иначе говоря, полноценный отдых трудно представить вне взаимодействия и взаимовлияния людей.

Анализ научных работ ведущих специалистов по проблемам общения позволяет сделать вывод о том, что в начале 1980-х гг. в психолого-педагогической литературе установилось понимание общения как процесса непосредственного контактирования и поддержания межиндивидуальных лично значимых связей.

Поиск путей повышения значимости общения в процессе развития личности выступает в качестве одной из наиболее актуальных задач культурно-досуговой деятельности.

Очевидно, что расширение и углубление культурных контактов в сфере досуга способствуют интенсификации общения между субъектами культурной деятельности, выдвигают новые требования к содержанию общения, формам его организации,

повышению воспитательной эффективности межличностных связей. По словам Ю. А. Стрельцова:

«Благодаря полной свободе и добровольности досугового общения, человек вступает в сеть образующихся взаимосвязей в наиболее благоприятной для него роли, и это создает хорошие условия для индивидуального самопроявления и самореализации» [23, гл. III, § 1].

Современные исследователи справедливо отмечают, что в условиях досуга создается наилучшая обстановка для спокойных, объективных и всесторонних обсуждений взаимноинтересных вопросов. Качественной особенностью складывающейся коммуникации является ее непринужденность и беспристрастность по сравнению, допустим, с атмосферой в такой области, как деловое взаимодействие.

В сфере досуга резко повышается обычное назначение и удельный вес общения. Деятельность в ее практическом смысле довольно часто служит лишь поводом для общения, а само общение, понимаемое, прежде всего, как речевое взаимодействие, превращается в деятельность. На этой основе базируется большая и перспективная область свободных досуговых коммуникаций, где общение становится не фоновым и сопутствующим, а основным видом человеческой активности».

Рост контактов в сфере свободного времени есть отражение тех изменений, что происходят в социально-культурной жизни общества в целом, ведь само общество и есть система социальных связей между людьми и в процессе человеческого общения наиболее полно и ярко проявляются различные социальные связи. Феномен этой связи именно в том, как утверждают известные авторы Ю. В. Бромлей и Р. Г. Подольный, что «чем более сложные, многосторонние и интенсивные общения между людьми, тем более развито человеческое общество, тем более развитую культуру люди усваивают в процессе этого общения» [4, с. 201].

Общение играет огромную роль во всех видах социокультурной деятельности, поскольку оно является условием познания и выработки системы ценностей. Общение – это практическая деятельность, так как контакты между людьми предполагают воплощение передаваемой информации в той или иной системе знаков, образов и символов. По своей сути общение есть непосредственно наблюдаемая и переживаемая реаль-

ность; конкретизация общественных отношений, их персонификация, личная форма.

Общение способно оказывать значительное воздействие на духовную жизнь, обогащать эмоциональный опыт, способствовать раскрытию различных личностных качеств, проявлению индивидуальности каждого. В условиях досуговой деятельности общение значимо для формирования самосознания, согласно устоявшемуся мнению, дает возможность познать и оценить собственные силы по тем параметрам, которые нельзя выверить в производственном, учебном и других видах взаимодействия, является одним из факторов, влияющих на формирование и развитие человека. Вот почему повышение воспитательной и культурной ценности досугового общения представляется важной и актуальной задачей и теоретиков, и практиков культурно-досуговой деятельности.

Исследователи считают, что проблема общения в теории досуговой деятельности является тем самым «узлом», в котором сконцентрированы многие теоретические и практические вопросы организации досуга. Поэтому разработка проблемы организации воспитывающего общения в досуговых группах, которое следует понимать как целенаправленный процесс установления и поддержания духовных контактов между субъектами взаимодействия, приобретает сегодня большое значение.

Общение в процессе культурно-досуговой деятельности имеет свои организационно-методические формы: добровольно объединяясь в досуговые группы, люди вступают в контакты на основе единства социальных установок, позиций, чтобы совместно обучаться, узнавать новое, получать знания и навыки, развивать свои творческие способности в коллективной деятельности, устанавливая и поддерживая духовные контакты.

По содержанию досуговое общение может быть разделено на информативное, эмоционально-действенное и регулятивное. В процессе культурно-досуговой деятельности общение осуществляется как непосредственно, так и опосредованно. Непосредственное общение происходит с помощью устной речи и выразительных движений, опосредованное – с помощью средств смыслового и эмоционального воздействия. Ведущей характеристикой общения является предмет совместных действий. Предметы общения служат своеобразными «посредниками» между взаимодействующими субъектами.

Разрабатывая модели различных коммуникативных ситуаций, организатор общения выстраивает своеобразный «сценарный план», предусматривающий наиболее оптимальные межличностные взаимодействия, максимальное участие каждого из членов досуговой группы в обмене мнениями, опытом и т. д.

Профессиональное мастерство работника культуры в значительной мере определяется умениями предвидеть, спланировать ход предстоящего общения, смоделировать различные коммуникативные ситуации, обеспечивающие наибольшую воспитательную эффективность. Для решения всего комплекса воспитательных задач через организацию межличностного общения специалистам необходимы:

- знание психолого-педагогических основ досугового общения;
- знание и умение использовать в практике многообразные формы культурно-просветительной работы как способы организации общения;
- коммуникативные умения и навыки досугового общения;
- способность к поддержанию на высоком уровне психологической активности контактов в различных ситуациях досугового общения.

Различают повседневное и праздничное общение; общение в стабильных и нестабильных досуговых коллективах. Сегодня все больший удельный вес приобретает повседневное свободное общение. Осуществляемые здесь контакты носят нерегламентированный характер и развертываются внутри нестабильных групп. Эти нестабильные общности, группы представляют собой стихийно возникающие объединения, базирующиеся на основе временного интереса и распадающиеся по достижении поставленной цели. В этом случае коммуникативная деятельность носит спонтанный, эмоциональный и неформальный характер.

Необходимо отметить, что все виды социально-культурной деятельности – познавательная, преобразовательная, ценностно-ориентационная, культурно-творческая, коммуникативная – раскрывают сложность и многозначность общения как социокультурного явления. Система форм, видов и уровней общения настолько разнообразна, что оно (общение) в целом является основанием для всех других функций культурно-досуговой деятельности.

Развлекательно-игровые технологии культурно-досуговой деятельности

Рассуждая о социокультурных технологиях рекреационно-развлекательного досуга, Ю. А. Стрельцов, известный теоретик в области теории досуга, небезосновательно отмечал, что «в общей совокупности разнообразных развлечений самое почетное место, без сомнения, занимают игровые развлечения. Игра – сложное социокультурное явление, роль которого в жизни личности трудно переоценить. Долгое время развлекательно-игровые занятия трактовались у нас как специфическая детская форма деятельности и исследовались только в связи с задачами формирования подрастающего поколения. Между тем игры сопровождают человека на протяжении всех возрастных этапов, и смотреть на них как на некую младенческую забаву было бы глубоко неверно» [23, с. 111–112].

Развлекательно-игровые технологии, как правило, направлены на обеспечение зрелищно-развлекательного досуга и психологической разрядки, а также на формирование празднично-обрядовой и игровой культуры.

Л. И. Козловская, рассматривая игру в социокультурном пространстве, также отмечает универсальность и уникальность игровой деятельности. «В ее содержании заложены элементы других видов человеческой деятельности (познавательной, спортивной, трудовой, коммуникативной, творческой), овладение которыми необходимо для развития личности» [11, с. 119]. Игра, по определению исследователя, – осмысленная деятельность, обеспечивающая возможность перехода в воображаемую ситуацию, лишенную утилитарного эффекта, но порождающая подлинные чувства удовлетворения духовных потребностей.

Игровая форма – это игра в чистом виде, где процесс является одновременно и результатом. В таком виде игра выступает в социокультурной работе парков культуры и отдыха, клубов любителей игры (шахматистов, любителей кроссвордов, интеллектуальных и азартных игр).

«Игровая форма существует “сама по себе”, для человека привлекателен процессуальный характер игры. Кроме того, игровая форма характеризуется специфическим игровым контекстом, внутренним “миром игры”, который строится и поддерживается с применением специальных средств, предполагает

наличие позиций или ролей участников и особых механизмов, позволяющих породить движение игры, ее содержание. Под содержанием игры мы понимаем: сюжет, правила игры и игровое действие, входящее в игру для достижения цели» [22].

Игра – это деятельность, которая изображает отношение личности к миру, что ее окружает. Именно в игре впервые формируется необходимость влияния на окружение, потребность изменить окружение. Когда у человека возникает желание, которое невозможно сразу реализовать, создаются предпосылки игровой деятельности. Игра – это деятельность, которая отличается от повседневных будничных действий. Человечество вновь и вновь создает свой придуманный мир, новое бытие, которое существует рядом с миром натуральным, миром природы.

Среди богатого разнообразия игр выделяют:

- по содержанию (игры с правилами): спортивные, подвижные, интеллектуальные, строительные и технические, музыкальные, коррекционные, шуточные, ритуально-обрядовые и т. п.;
- «вольные» игры (по сферам жизни): военные, свадебные, художественные, профессиональные и т. п.;
- по форме: игры – танцы, песни, театрализации, игры-празднества и обряды, игровые тренинги и упражнения, игровые тесты и анкеты, соревнования, конкурсы, розыгрыши и т. п.;
- по назначению: внеутилитарные и деловые;
- по времени проведения: зимние, летние;
- по месту проведения: застольные и настольные, игры на эстраде, на открытой площадке, в природе и т. п.;
- по составу и количеству участников:
 - а) для мальчиков, для девочек и для смешанного состава участников;
 - б) для участников разного возраста;
 - в) индивидуальные, парные, групповые, командные и массовые;
- по наличию инвентаря:
 - а) с предметами и без предметов;
 - б) компьютерные, игры-автоматы и т. п.

Кроме того, игры бывают физические и психологические, тренинги.

Также выделяются интеллектуально-творческие игры:

- предметные забавы;
- сюжетно-интеллектуальные игры;

- дидактические;
- строительные, трудовые, технические;
- электронные, компьютерные, игры-автоматы;
- игровые методы обучения.

Среди социальных игр наиболее распространены:

- творческие сюжетно-ролевые (подражательные, игры-драматизации, квесты); деловые игры.

Широкое распространение получили в практике досуговой деятельности обучающие игры (дидактические, сюжетно-дидактические, иммитационные). В некоторых исследованиях выделяются собственно «досуговые» игры (игры-забавы, игры-развлечения, празднично-карнавальные, театральные-постановочные, народные игры).

Креативно-творческие технологии культурно-досуговой деятельности

Творчество – преобразовательная деятельность, разрушающая старое во имя нового и создающая на основе старого общественно ценное новое. Культурно-творческая деятельность в условиях досуговой практики может развиваться в разных направлениях. Основными являются: социальное и художественное творчество.

Творчество понимается как процесс преобразовательной деятельности, направленный на создание социально ценного, нового, оригинального. В основе его лежит потребность в созидании, стремление людей заниматься созидательной деятельностью, но в разных сферах – социальной, художественной, технической.

Социальное творчество – это высшая форма деятельности, созидательный процесс, направленный на преобразование и создание качественно новых форм социальных отношений и общественного бытия. Его субъектами выступают социальные общности и группы, а также отдельные личности. Способности к созиданию – это важнейший атрибут человеческой деятельности. Источником активности масс и отдельной личности являются существующие потребности и интересы, глубина и сложность решаемых задач. Появление новых социальных интересов, целей и задач, требующих неординарного подхода, активизирует людей.

Социальная активность отождествляется с самодеятельностью как свободной, созидательной деятельностью в различ-

ных сферах жизни общества. Эта потребность человека в самовыражении и утверждении себя в системе многообразных общественных отношений – одна из сложных и социально значимых потребностей личности. Человеку присуще желание расширить диапазон своей социальной роли и связей с обществом в проявлении себя как личности с различных сторон и в разных общественных отношениях.

Социальная активность является основой социального творчества, в истоках которого лежат интересы к различным сферам социальной жизни: политике, производству, экологии, семейной жизни, быту. Интерес к политическим и социальным проблемам, производственные интересы и стремление принять участие в региональных социальных инициативных движениях, область семейных отношений и сотрудничество в общественных организациях – все это определяет содержание и основные сферы проявления социального творчества в условиях досуговой деятельности.

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 творческой самореализации. Художественное творчество – всегда созидательный процесс, явление духовно-практической деятельности, основанное на способности человека образно отражать и моделировать мир.

Любительское художественное творчество – форма реализации творческих потенциалов общества или отдельной личности в условиях досуга посредством инициативной и свободной любительской практики в сфере искусства как отражение эстетических потребностей и художественных способностей. Оно привлекает многих людей различного возраста своей нерегламентированностью, свободой и добровольностью выбора видов и форм. Именно художественное творчество наиболее эффективно способствует духовному восстановлению личности через овладение культурными ценностями прошлого и настоящего.

В рамках любительской деятельности происходит параллельное развитие творческих направлений, видов и жанров на основе различных традиций и в связи с различными уровнями культуры (художественно-профессиональной, бытовой, классической, фольклорной, массовой, элитарной, авангардной и др.).

Одновременно любительское творчество является действенной социально-педагогической системой, так как имеет большой воспитательный потенциал. В нем органично сочетаются культурно-образовательные и креативные технологии, индивидуальное и коллективное начала, организационные и воспитательные подходы. Любительское художественное творчество на протяжении десятилетий активно способствует инкультурации и социализации личности средствами искусства.

Любительское художественное творчество как специально организованная деятельность, осуществляемая в условиях свободного времени, развивается в соответствии с эстетическими потребностями различных категорий населения, в силу чего приобретает особую социально-культурную значимость.

«Культуротворческие, развивающие технологии имеют широкое распространение на всех этапах социализации личности. Практическое освоение этих технологий начинается в период ранней социализации ребенка – приобретения социально обязательных общекультурных знаний, умений и навыков через семью, сеть учреждений дошкольного, школьного и дополнительного образования и других социальных институтов» [22].

Технологии информационно-образовательной деятельности в культурно-досуговой сфере

Динамичное развитие экономики, рост конкуренции, сокращение сферы неквалифицированного и малоквалифицированного

ного труда, глубокие структурные изменения в сфере занятости определяют постоянную потребность в повышении образовательного уровня, а именно профессиональных компетенций, базирующихся на потребности и умении получать и применять новую актуальную информацию, необходимую как для профессиональной деятельности, так и общего развития личности.

Для сферы культурно-досуговой деятельности также актуален принцип «образование через всю жизнь» на основе внедрения современных информационно-коммуникационных технологий, интеграции профессионального образования, науки и производства. Если основное образование имеет целью интеллектуальное, эстетическое, нравственное и физическое развитие личности на всех уровнях образования, то в сфере культурно-досуговой деятельности информационно-образовательные технологии направлены главным образом на самосовершенствование личности, обеспечение развития способностей и ее интеллектуально-творческого потенциала.

Образование – это всегда постижение многогранности мира, уважение к чужой культуре, отказ от чувства собственного превосходства. «Человек может считаться образованным, если он глубоко и полно сознает великое многообразие форм жизни, выбираемых людьми» (швейцарский философ, писатель Петер Биери).

Исследователи отмечают, что образовательные технологии в сфере досуга – прежде всего процесс трансляции культуры и реализации культурных норм и моделей общения (субъектно-субъектная модель взаимодействия участников образовательного процесса). Смысл образовательной деятельности, осуществляемой культурно-досуговыми учреждениями, – формирование культурной компетентности личности.

Информационно-образовательную деятельность, в отличие от других видов социально-культурной общественной практики, специалисты характеризуют целым рядом отличительных признаков. К ним относятся:

- интенсивность содержания, доступность, свободный характер, отсутствие жесткой регламентации, формализации в виде обязательности учебных планов и программ;

- возможность для широкого внедрения современных популяризаторских методик, основанных на синтезировании научного и художественного материала и позволяющих гибко реа-

гировать на меняющиеся интересы, запросы и потребности аудитории;

– способность к достижению единой педагогической цели благодаря органическому сочетанию информационно-образовательных и индивидуально-консультационных методов.

Основные особенности информационно-просветительной функции заключаются в том, что она:

– основана на добровольности и личной инициативе и нерегламентирована;

– ориентирована на удовлетворение многообразных запросов и интересов разновозрастных групп населения;

– имеет огромный арсенал средств, форм и методов приобретения знаний, умений и навыков;

– дополняет и более обширно развивает знания, полученные личностью ранее.

Культурно-досуговая деятельность превращается в важный фактор стимулирования и ориентирования массового самообразования взрослых.

Информационно-образовательная деятельность в пространстве досуга, организуемая учреждениями культуры, выполняет важнейшую функцию просвещения – приобщение личности к культуре. Согласно мнению известного исследователя Э. В. Соколова, просвещение «выводит человека за пределы непосредственного окружения, возвышает в нем социальную сущность, упражняет универсальные для всех людей духовные способности разума, памяти, нравственной оценки, эстетического вкуса» [20, с. 203].

Просвещение как явление духовной жизни общества – сложное, многогранное, полифункциональное образование, рассматриваемое не только как распространение знаний, а как сбалансированное сочетание рациональных и духовных компонентов развития личности.

Как уникальный феномен, художественное просвещение может способствовать гармонизации духовной жизни, репродукции прошлого духовного опыта в настоящем и будущем, во всех вариантах противостоять тотальному распространению «массовой» культуры, нивелирующей личностное сознание, стимулируя собственную активность личности. Художественное и эстетическое просвещение является в настоящее время одним из основных и должно решать задачи массового

эстетического воспитания населения, формирования художественной культуры личности и создания условий для приобщения населения к художественным ценностям.

Кроме художественного просвещения в практике культурно-досуговой деятельности присутствуют:

- экономическое просвещение ставит своей задачей развитие у населения гибкого экономического мышления в сфере производственных и внепроизводственных отношений;

- нравственное просвещение, направленное на развитие личности через идеалы добра, справедливости и милосердия.

Ведущую роль в работе многих учреждений культурно-досуговой деятельности играют также экологическое просвещение и воспитание. Следует отметить, что существует большое разнообразие других видов просвещения, среди которых можно отметить педагогическое, психологическое, физкультурно-оздоровительное, научно-техническое и многие другие.

Специалисты считают, что образовательная деятельность в сфере досуга означает прежде всего ту условно достаточную степень социализированности и инкультурированности индивида в обществе, которая позволяет ему свободно понимать, использовать и вариативно интерпретировать всю сумму обыденных (неспециализированных) знаний, а отчасти и специализированных, но вошедших в обыденный обиход, составляющих норму общесоциальной эрудированности человека в данной среде, сумму правил, образцов, законов, обычаев, запретов, этикетных установок, и определяется как новое качество приобретения знаний.

Один из мотивов посещения учреждения культуры – желание приобрести новые знания, умения, навыки. На этой основе и организуется образовательно-познавательная деятельность. По сути своей познавательная деятельность подразделяется на деятельность по получению новой информации, новых знаний и овладению новыми видами деятельности. В этом своем качестве она выступает как учебно-познавательная или информационно-образовательная, обучающая.

Обучение в данном случае понимается как процесс овладения новыми видами предметно-практической и интеллектуальной деятельности. В отличие от учреждений образования в учреждениях сферы досуга не ставится цель систематического образования людей, поэтому действуют свои, специфические

критерии отбора познавательного материала; знания отбираются: а) с позиции научной и социальной ценности; б) практической значимости; в) доступности для усвоения. Эффективность занятий достигается через такие методы, как метод практического показа, метод репетиционного упражнения, метод изложения, метод демонстрации и др.

Информационно-образовательные технологии в культурно-досуговой сфере характеризуются прежде всего актуальностью, инновационностью и практической направленностью. По отношению к методам обучения сложились следующие требования: создать условия для самообразования; развивать поисково-творческие способности и умения; развивать навыки практического применения получаемых знаний.

В системе культурно-досуговых учреждений, отмечает О. В. Первушина, сложились четыре типа познавательных занятий:

- информационно-теоретические;
- наглядно-демонстрационные, визуальные;
- учебно-инструктивные;
- поисково-творческие [17, с. 57].

Особенности познавательно-образовательной деятельности в системе культурно-досуговых учреждений, как отмечают исследователи, заключается в том, что акцент делается на процессе самообразования.

В современной социокультурной ситуации, когда требуется быстрое обновление знаний и расширение информационного поля личности, актуализируется ее стремление к самостоятельности, освоению различных видов умений и навыков, творческому их применению, раскрытию своих способностей, потребностей творить. Эти факторы актуализируют значимость информационно-образовательной деятельности в культурно-досуговой сфере.

Современные концертно-зрелищные технологии культурно-досуговой деятельности

Концертно-зрелищная деятельность жизни социума отмечается большой силой смыслового и эмоционального воздействия на личность. Многообразие видов и форм концертно-зрелищной деятельности обусловлено общекультурными, познавательными, эстетическими, семейными и другими интересами личности.

Концертно-зрелищные программы являются одним из наиболее востребованных и популярных видов досугового развлечения в современном мире, поскольку они удовлетворяют потребность человека в отдыхе, развлечении, созерцании зрелищ.

В словаре-справочнике «Культурно-досуговая деятельность» В. Е. Новаторова «концерт» определяется как едва ли не самая популярная и общедоступная форма культурно-просветительной работы, отличающаяся значительным воспитательным потенциалом. «Главная функция концерта – формирование эстетического вкуса и эстетических чувств, приобщение к миру прекрасного. Наконец, удачный концерт, все равно профессиональный он или любительский, – это всегда хорошая возможность отдохнуть после трудового дня, снять усталость и напряжение, получить заряд бодрости на рабочую неделю» [15].

Культурно-зрелищным мероприятием называется событие культурной жизни, в котором применены различные формы и средства художественного воздействия на людей в соответствии с традициями и уровнем развития культурной жизни общества.

Массовое зрелище как театрализованное представление выражается в разнообразных культурных формах: праздник, фестиваль, шоу, карнавал, публичный ритуал, балаган, спортивные и другие представления. Для каждой из форм характерна своя специфика, хотя сущностным качеством остается игровое действие.

В исследованиях, посвященных концертно-зрелищным мероприятиям, выделяются следующие основные функции:

- организация досуга населения, т. е. предоставление условий для культурно наполненного отдыха;
- мировоззренческая – состоит в том, что мероприятие может оказывать влияние на формирование убеждений, позиций, взглядов на жизнь;
- воспитательная – заключается в привитии человеку нравственных установок и ориентиров;
- социализирующая – способствует включению человека в общественную жизнь и усвоению им общественных стандартов и норм;
- рекреационно-развлекательная – максимально способствует полноценному отдыху людей, восстановлению физических и духовных сил, обеспечивает смену впечатлений, положи-

тельный эмоциональный настрой, снятие напряжения и усталости;

– гедонистическая – человек получает удовольствие, наслаждение от посещения, просмотра концертно-зрелищной программы;

– сохранение и развитие народных традиций происходит, если мероприятие включает в себя жанры народной культуры;

– коммуникативная – благоприятствует познанию, приему и передаче социальных установок, общению людей между собой;

– познавательная – участие в мероприятии позволяет познать что-то новое.

Таким образом, современные зрелищные технологии вбирают в себя все зрелищные приемы, апробированные временем, которые не изменило время, и основные принципы психологического воздействия на зрителя, главным из которых являлась и является зрелищность. Однако ее цели и задачи постоянно изменяются с учетом изменений технического состояния и человеческих ресурсов общества.

Социально-защитные и реабилитационные технологии в культурно-досуговой сфере

Социально-защитные и реабилитационные технологии в культурно-досуговой деятельности предполагают прежде всего учет социально-психологических проблем различных категорий населения. Это значит – способность социокультурных структур реагировать на ежедневные заботы и проблемы своего окружения и предложить каждой социально-демографической, профессиональной, возрастной группе населения, социально незащищенным людям необходимый, согласно их потребностям и интересам, «набор» культурных услуг, программ, направленных на обеспечение духовного и физического развития личности в условиях досуговой деятельности.

Культурно-досуговая деятельность в жизни человека с ограниченными физическими возможностями имеет особое значение. Она позволяет наилучшим образом стабилизировать его эмоциональную сферу, обогатить чувства и повысить социальный статус. Так, по мнению Л. В. Усовой, «социокультурная адаптация ребенка с ограниченными возможностями – это полная включенность ребенка в обычную социокультурную реальность, при которой его недостаток в процессе компенсационной деятельности не мешает ни ему, ни окружающим, до-

стигаемая с помощью приобщения к культурным и духовно-нравственным ценностям, к здоровому образу жизни, через включение в мир искусства, культуры и творчества» [24, с. 84].

Культурно-досуговая деятельность направлена в данном случае на содействие в решении социально-психологических, реабилитационных и коррекционных задач.

Социальная реабилитация как достаточно сложный, многокомпонентный процесс включает:

- социальную адаптацию – процесс освоения относительно стабильных условий социальной среды, решения повторяющихся, типичных проблем путем использования принятых методов социального поведения, действия;

- социально-бытовую адаптацию – процесс оптимизации режимов общественной и семейно-бытовой деятельности человека в конкретных социально-средовых условиях и приспособления к ним;

- социально-средовую ориентацию – процесс структуризации наиболее развитых социально-бытовой и профессиональной функций индивида с целью последующего подбора на этой основе общественной и семейно-общественной деятельности, а также при необходимости адаптации социальной среды к его психофизиологическим возможностям;

- социально-психологическую и социально-культурную адаптацию – процесс восстановления (формирования) способности человека эффективно взаимодействовать с окружающими его людьми в системе межличностных отношений, включая восстановление адекватного уровня коммуникабельности или общительности, т. е. способности к спонтанной коммуникативной активности, а также владение навыками общения;

- оказание комплекса самых различных социальных услуг: социально-экономических, социально-трудовых, социально-бытовых, медико-социальных, коррекционных, социально-педагогических, социально-психологических, социально-культурных и др.

В более узком смысле под социально-культурной реабилитацией человека с ограниченными возможностями подразумевается адресная, личностная помощь этому человеку, совместное выявление его собственных духовных целей, интересов и потребностей, путей и способов преодоления препятствий. Поиск и мобилизация всех имеющихся у самого человека резер-

вов и возможностей в конечном счете помогут ему интегрироваться и нормально функционировать в окружающей социально-культурной среде, самостоятельно достигать желаемых результатов в досуге, обучении, общении, творчестве.

В последние десятилетия все более получают развитие социокультурные реабилитационные технологии (традиционные): библиотерапия, сказкотерапия, арттерапия, музыкотерапия, данстерапия, театротерапия, глиноterapia, гарденотерапия, лекотерапия, туротерапия, иппотерапия, аниматерапия, кинотерапия, музеетерапия, коллекционные, анимационные, коммуникативные, проективные, игровые технологии, технологии общественной деятельности, поисково-исследовательские и др.

Многообразие средств, форм, методов и их комплексное использование является характерной чертой социокультурных реабилитационных технологий.

Проектные технологии в сфере культурно-досуговой деятельности

В системе специализированных технологий особое место занимает социокультурное проектирование как мировоззренческая и технологическая основа целого ряда профессий сферы культуры.

Культурологи А. П. Марков и Г. М. Бирженюк отмечают, что «одной из основополагающих характеристик “человека культурного” является его способность к проективной деятельности, т. е. к продуктивному воображению, творческому и свободному преобразованию реальности на основе “модели потребного будущего”. Эта способность задается самой сущностью культуры, которая есть, прежде всего, совокупность «проектных» (т. е. идеальных, духовных) способов и результатов освоения и преобразования мира – природы, общества, самого человека. Смысл культурной деятельности заключается в ее “улучшающем” характере, в “культивировании” всех составляющих человеческого бытия, в способности выводить человека за свои пределы в форме целеполагания, конструирования идеального образа человека и мира» [14, с. 4].

Социально-культурная деятельность, прямо или косвенно связанная с реализацией отдельных проектов и программ, проведением тех или иных акций и мероприятий направлена на решение (или оптимизацию) проблем, характерных для кон-

кретного лица, общественной группы, территории, определенной области культуры, образования, искусства, досуга.

Проектирование – это специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта (или сферы проектной деятельности), разработке путей и средств достижения поставленных целей; также – это целенаправленно организуемый процесс социокультурной коммуникации субъектов, ориентированный на совместное конструирование способов и образцов решения значимых для личности и общества проблем.

По М. А. Ариарскому, сущность проектирования заключается в производстве желаемой и предназначенной к осуществлению модели будущего объекта: социальной или предметной среды, сферы жизнедеятельности, образа жизни, учреждения, социального института. Исследователь выделяет следующие виды проектов:

- средовое проектирование (дизайн, архитектура);
- проектирование воспитательных и педагогических программ (социально-педагогических, адаптационных, реабилитационных и др.);
- проектирование культурно-досуговых услуг;
- сценарное проектирование (проектное обоснование различных мероприятий и акций, пресс-конференций, презентаций, дискуссий, диспутов, шоу-программ и т. д.);
- художественно-экспозиционное проектирование (в музейном деле проектирование новых культурных парадигм, моделей нового осмысления и отношения к предметам и явлениям прошлого, а по существу – проецирование прошлого и его трансляция посредством выставок, экспозиций в настоящее и будущее);
- организационное проектирование (функционально-содержательное обоснование моделей социально-культурных учреждений и институтов, разработка новых организационно-управленческих структур, различных общественных объединений) [2, с. 469].

Владение логикой и технологией социокультурного проектирования позволяет специалистам более эффективно осуществлять аналитические, организационно-управленческие и

консультационно-методические функции в культурно-досуговой сфере.

Воплощение любого проекта требует привлечения ресурсов: исполнителей (рабочая сила), материальных (деньги, техника) и т. д. При его реализации внешние условия и требования к конечному результату могут различаться, потому для нового продукта или услуги потребуется создание нового проекта (Готин С. В., Калоша В. П. Логико-структурный подход и его применение для анализа и планирования деятельности. М.: Вариант, 2007. С. 13).

Проекты могут быть направлены на развитие любительского творчества и осуществление художественно-просветительных программ, решение задач рекреационно-оздоровительного характера, социально-психологической адаптации и реабилитации, профессиональной ориентации и популяризации знаний в различных областях науки и т. д.

Согласно нашим исследованиям основных тенденций развития культурно-досуговой сферы в Беларуси (по выполнению задания К-07 Государственной программы «Культура Беларуси» на 2011–2015 гг.), за последние десятилетия произошли значительные изменения в характере проявления активности населения в сфере досуга. Практика свидетельствует, что многочисленные проблемы общественного использования потенциала культурно-досуговой деятельности в значительной степени объясняются несоответствием социального заказа содержанию и структуре культурных услуг, которые предлагаются населению со стороны учреждения культуры и досуга. Культурные запросы и потребности нового уровня не находят своего должного удовлетворения в деятельности организаций сферы культуры и досуга.

Обобщение результатов наших исследований позволяет выделить наиболее актуальные следующие группы потребностей: содержательный отдых; приобретение новых знаний и практических навыков прикладного характера; организация общения на основе сходных досуговых интересов; индивидуальное и коллективное любительское творчество; посещение концертно-зрелищных программ.

Эти группы социокультурных потребностей выступают в качестве основных ориентиров в осуществлении целей и задач культурно-досуговой деятельности. Удовлетворение данных

потребностей является основой формирования основных технологий социально-культурной деятельности, которые строятся на сочетании исторических, этнокультурных традиций, социально-психологических, воспитательных подходов и современных инновационных моделей общественного поведения.

Организация социально-культурной деятельности в условиях досуга, таким образом, всегда осуществляется согласно рекреационно-развлекательным, познавательно-образовательным, информационно-коммуникативным, художественно-творческим, празднично-зрелищным культурным потребностям как личности, так и общества.

Удовлетворение этих потребностей населения также вызывает необходимость разработки новых способов оказания разных видов платных услуг, выбора целесообразных коммерческих подходов по реализации задач культурного обслуживания населения.

Перспективы развития культурно-досуговой сферы в определенной мере можно спрогнозировать, анализируя некоторые результаты социологических исследований, отражающие наиболее востребованные населением регионов страны виды досуговой деятельности:

Вид деятельности	Имеет значение, %			
	большое	не очень большое	не имеет значения	не ответили
Информационно-коммуникативная	67,4	16,1	4,6	11,9
Рекреационно-развлекательная	48,5	31	8,8	15,7
Познавательно-образовательная	40,7	32	11,5	15,8
Празднично-обрядовая и зрелищная	27,8	33,5	23,7	15
Художественно-творческая	23,8	30,6	29,1	16,6

Результаты наших исследований позволяют также сделать вывод, что наиболее привлекательными для населения Беларуси в деятельности учреждений культурно-досуговой сферы являются:

- возможность получения знаний для новой (другой) профессии;
- престижность досуговых занятий (модное увлечение);
- организация совместного отдыха со своей семьей (родственниками);
- наличие условий для индивидуального творческого эксперимента (сам себе режиссер);
- воспроизведение традиций народной культуры и возможность приобщения к традиционным видам народного творчества;
- воспроизведение известных развлекательных технологий (подобных телепроектам);
- проведение корпоративных вечеринок (совместный досуг сотрудников организаций и фирм);
- посещение концертов и зрелищ с участием известных людей (встречи со звездами поп-индустрии);
- посещение концертов и зрелищ с участием местных любительских коллективов и артистов (возможность контактов с «живым искусством»);
- игровое общение совместно с друзьями (преимущественно музыкальные развлечения);
- получение прикладных навыков для ведения домашнего хозяйства и устройства быта.

Основными причинами неудовлетворенности собственной досуговой деятельностью жители регионов Беларуси называют:

- 1) недостаток материальных средств – 48,9 %;
- 2) недостаточность разнообразных учреждений культуры и спорта – 25 %;
- 3) отсутствие навыков организации своего свободного времени – 25 %;
- 4) низкий уровень организации досуга в учреждениях культуры – 9,8 % и спортивных организациях – 8,7 %.

Знание реальных потребностей населения выделяется в качестве главного принципа деятельности культурно-досуговых учреждений, является одним из важнейших ориентиров государственной культурной политики, осуществляемой в сфере свободного времени.

Социально-культурную активность личность проявляет именно в пространстве досуга, приобретая иной уровень потребностей, если он включен в педагогически целесообразную

деятельность. Поэтому он всегда отражен перед исследователями в контексте реализации интересов личности, связанных с саморазвитием, самореализацией, удовольствием, оздоровлением и т. д.

Потребность является внутренним мотивом активности человека, осмысленной нуждой, а услуга – это всегда действие, осуществляемое для пользы человека, в соответствии с его потребностями и ожиданиями. Вместе с тем потребность выступает как ожидание культурных благ и услуг со стороны социально-культурных институтов в соответствии с нуждами и интересами социального субъекта в пространстве досуга.

Культурная деятельность населения представляет собой широкую совокупность занятий, осуществляемых людьми в свободное время, опосредованных потреблением продуктов и услуг и обеспечивающих удовлетворение разнообразных потребностей членов общества в культуре, прежде всего в самоактуализации и самореализации, и определяется характером участия населения в занятиях, связанных с производством и освоением ценностей и продуктов культуры.

Наиболее актуальными задачами, которые сегодня стоят перед субъектами организации культурно-досуговой деятельности населения, являются следующие:

- «стать базой непрерывного просвещения, самодеятельного творчества, рекреации и нерегламентированного общения, основывающейся на социально-культурной активности людей в сфере свободного времени;

- обеспечить единство государственных и общественных начал стимулирования всестороннего развития личности, способствовать удовлетворению и дальнейшему обогащению духовных интересов людей, развитию их творческих потенций, инициативы и самодеятельности;

- «создать условия для рекреации, нерегламентированного общения и удовлетворения потребностей разных групп населения в общественно значимой, коллективной, свободной деятельности, результатом которой становятся духовные и материальные ценности, а главное – новые качества личности» [2, с. 381].

Вопросы для самопроверки

1. Определите миссию культурно-досуговой деятельности в современном обществе.
2. Выделите главные функции досуга и культурно-досуговой деятельности.
3. Раскройте сущность теории культурно-досуговой деятельности как области научных знаний.
4. Назовите основные принципы организации культурно-досуговой деятельности.
5. Дайте определение формы и методики культурно-досуговой деятельности.
6. Дайте характеристику понятия «технология культурно-досуговой деятельности».
7. Выделите основные компоненты содержания культурно-досуговых технологий.
8. Перечислите основные технологии культурно-досуговой деятельности.
9. Охарактеризуйте каждую из технологий с точки зрения ее направленности и особенностей реализации.

Рекомендуемая литература

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронны рэсурс] : 20 ліп. 2016 г., № 413-3 : прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрв. 2016 г. : адобр. Саветам Рэсп. 30 чэрв. 2016 г. – pravo.by.
2. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики / М. А. Ариарский. – СПб. : Анатолия, 1999. – 530 с.
3. *Арнольдov, А. И.* Живой мир социальной педагогики: В поддержку актуальной науки / А. И. Арнольдov. – М. : [б. и.], 1999. – 132 с.
4. *Бромлей, Ю. В.* Создано человечеством / Ю. В. Бромлей, Р. Г. Подольный. – М. : Политиздат, 1984. – 271 с.
5. *Васильева, Т. Г.* Культурно-досуговая деятельность : учебник / Т. Г. Васильева, Ю. Г. Волков. В. А. Волобуев [и др.] ; под науч. ред. акад. А. Д. Жаркова и проф. В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.
6. *Жарков, А. Д.* Культурно-досуговая деятельность как общественный феномен / А. Д. Жарков // Вестник Московского

государственного университета культуры и искусств. – 2003. – № 2. – С. 72–79.

7. *Жарков, А. Д.* Организация отдыха и развлечений как особый вид социально-педагогической деятельности / А. Д. Жарков // Организация культурно-просветительной работы : учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 1989. – С. 217–231.

8. *Жарков, А. Д.* Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник / А. Д. Жарков. – М. : МГУКИ, 2007. – 480 с.

9. *Каралёў, М. М.* Прафесійная перападрыхтоўка спецыялістаў – шлях да новых тэхналогій у сферы вольнага часу / М. М. Каралёў, А. А. Макарава // Праблемы і перспектывы развіцця платных паслуг: матэр. да рэсп. семінара дырэктараў раённых дамоў культуры (16–18 кастр. 2003 г.). – Мінск, 2003. – С. 32–43.

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

11. *Козловская, Л. И.* Игра в социокультурном пространстве / Л. И. Козловская // Сацыяльна-культурная дзейнасць: метадалогія, змест, методыка : матэр. навук.-практ. канф. (4–5 лют. 2003 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры. – Мінск, 2004. – С. 117–119.

12. *Кузнецов, Е.* Взаимосвязь «общение – клуб» как предмет исследования / Е. Кузнецов // Вопросы теории и истории культурно-просветительной работы. – М., 1977. – С. 120–125.

13. *Макарова, Е. А.* Технологии культурно-досуговой деятельности: пособие для работников культуры / Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, И. Л. Смаргович. – Минск : Владимир Сивчиков, 2016. – 174 с.

14. *Марков, А. П.* Основы социокультурного проектирования : учеб. пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. – СПб. : СПб ГУП, 1997. – 260 с.

15. *Новаторов, В. Е.* Культурно-досуговая деятельность : словарь-справочник / В. Е. Новаторов ; Алт. гос. ин-т культуры, Омский фил.– Омск : [б. и.], 1992. – 182 с.

16. *Новикова, Г. Н.* Технологические основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : МГУКИ, 2010. – 158 с.

17. *Первушина, О. В.* Социально-культурная деятельность (теоретические основы) : учеб. пособие / О. В. Первушина. – Барнаул : АГИИК, 2002. – 96 с.

18. *Смаргович, И. Л.* Основы культурно-досуговой деятельности : учеб.-метод. пособие / И. Л. Смаргович. – Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.

19. *Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / под науч. ред. Е. А. Григорьевой.* – Тамбов : ТГУ, 2002. – 504 с.

20. *Соколов, Э. В.* Культура и личность / Э. В. Соколов. – Л. : Наука, 1972. – 228 с.

21. *Социально-культурная деятельность в таблицах и схемах : учеб. пособие / сост. В. В. Туев.* – Кемерово ; Барнаул : АлтГАКИ, 2006. – 87 с.

22. *Социокультурная деятельность: культуротворческие, этнокультурные, информационно-познавательные, рекреационные и анимационные технологии: рекомендации по выполнению задания К-07 Государственной программы «Культура Беларуси» на 2011–2015 годы «Разработать технологии социокультурной деятельности учреждений культуры в агрогородках Республики Беларусь».* – М. : БГУКИ, 2013. – 165 с.

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

24. *Усова, Л. В.* Социокультурные технологии адаптации детей-инвалидов / Л. В. Усова // *Russian journal of Education and Psychology* : электрон. журн. – Красноярск : Науч.-иннов. центр, 2011. – Т. 7, № 3.

1.3. ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Культурно-досуговая деятельность рассматривается как определенная активность по удовлетворению основных социально-культурных потребностей людей в свободное время: в отдыхе и развлечениях, познании, общении, творчестве, празднике и зрелищах. Культурно-досуговая деятельность – это определенная активность людей во время досуга (свободного времени), где формы активности выбирает сам человек в соот-

ветствии со своими культурными предпочтениями, возможностями и уровнем развития.

Важнейшими компонентами культурно-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, группы людей являются творцами и трансляторами культурных ценностей.

К субъектам культурно-досуговой деятельности относятся специалисты, социальные группы, организации и фирмы, многочисленные культурно-досуговые и социально-культурные 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 культурно-досуговой деятельности являются учреждения и организации культурно-досуговой сферы – это клубы, дома культуры, дворцы культуры, парки культуры и отдыха, кинотеатры, центры досуга, культурные комплексы, культурно-развлекательные комплексы, центры ремесел, дома фольклора и др.

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.

Методика организации досуга зависит от социально-культурных запросов и интересов разных групп. Одним из важнейших принципов культурно-досуговой деятельности является дифференцированный подход к различным слоям населения, который предполагает организацию культурно-досуговой деятельности с учетом особенностей различных социально-демографических групп населения (возрастных, гендерных, социальных, профессиональных, регионально-территориальных и др.) как одно из необходимых условий целесообразного и адресного воздействия на аудиторию, удовлетворения ее социально-культурных потребностей в сфере досуга и достиже-

ния поставленных целей. Социально-демографические группы – это общности людей, объективно складывающиеся на основе некоторых единых социально-демографических признаков, например по полу (мужчины и женщины), по возрастным особенностям (дети, молодежь, взрослые люди среднего возраста, пожилые).

Дифференциация предполагает реализацию поставленных задач применительно к возрасту, полу, социальному статусу и т. д. Она направлена на изучение качеств личности, ее интересов, склонностей, уровня социальной зрелости.

Одним из самых распространенных подходов в деятельности культурно-досуговых учреждений является учет возрастных особенностей обслуживаемого населения. Досуговые интересы и запросы различных возрастных групп населения существенно отличаются. Поэтому очень важно при организации культурно-досуговой деятельности учитывать именно возрастные особенности населения.

Всю реальную и потенциальную аудиторию культурно-досуговых учреждений принято делить на следующие возрастные группы: дети, подростки, молодежь, люди среднего возраста, пожилые люди; также 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 работники, педагоги, экономисты и т. д.), конкретного вида бизнеса, персонала фирмы и т. п.

Дифференцированный подход реализуется и с учетом гендерных (половых) признаков. 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; они 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 (клуб, дом культуры, клуб-библиотека) 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 комплексов.

Для оптимального решения задач организации культурно-досуговой деятельности населения в конкретном регионе, районе, городе организаторам культурно-досуговой деятельности 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 с культурно-досуговой работой в учебных и трудовых коллективах района/города;
- общие тенденции в характере увлечений, потребностей разных категорий населения.

Детская аудитория

В контексте изучаемого нами предмета детским возрастом принято считать возраст до 11–12 лет. Культурно-досуговая деятельность оказывает большое влияние на процесс развития личности ребенка; она предоставляет условия для духовного развития дошкольника и младшего школьника, укрепления нравственного и физического здоровья, развития творческих способностей ребенка, его саморазвития и самосовершенствования.

Именно культурно-досуговая деятельность вбирает в себя неотъемлемые ценности современной культуры, выражает социально-культурные интересы современного человека, реализует гуманные установки общества по обеспечению прав и свобод человека.

Как показывает практика, особую чувствительность к различного рода влияниям, как положительным, так и отрицательным, имеют дети младшего школьного возраста, поскольку

ку именно этот возраст характеризуется процессом усиленного развития, изменения 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 продолжают развиваться морально-нравственные основы, интеллект, воображение, происходит освоение норм жизни взрослых и т. д. Дети приобретают возможность творческого самовыражения и развития коммуникативных качеств.

Культуре досуга необходимо учить начиная с детского возраста. Помочь ребенку овладеть ею возможно только при целенаправленном, планомерном воздействии на подрастающее поколение. Как отмечает О. А. Филистович [24, с. 88], досуг младших школьников существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу специфических потребностей и присущих 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.

В своей работе [16], посвященной культурно-досуговой деятельности детей, О. Ю. Михалева пишет о том, что, создавая условия для развития личности и имея гуманистическую направленность, культурно-досуговая деятельность позволяет реализовать потребность ребенка в творческой реализации, а

также способствует удовлетворению его эстетических и художественных запросов.

Культурно-досуговая деятельность в существенной степени ответственна в части формирования характера ребенка, в частности, таких 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 личные недостатки можно преодолеть в процессе досуговой активности.

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.

Автор М. Б. Зацепина небезосновательно пишет о том, что культурно-досуговая деятельность рассматривается как приоритетное направление освоения ребенком культуры страны, ее содержание наиболее полно раскрывается в процессе развлечений, праздника, самостоятельной творческой работы с художественным материалом [11, с. 9].

Однако сам по себе досуг не является показателем ценностей. Самое главное заключается в характере его использова-

ния, 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.

Содержательная организация досуговой занятости рассматривается сегодня как альтернатива антисоциального поведения. 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 и антисоциальными проявлениями. Именно поэтому основной задачей учреждений культуры должна стать содержательная организация культурно-досуговой занятости детей с учетом досуговых предпочтений этой категории населения.

Подростки

Подростковый период (12–15 лет) является одним из наиболее сложных в развитии современного человека. Как правило, в качестве основных психологических характеристик подростков выделяются следующие: неустойчивость настроения и 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 происходит 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. Также 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 дея-

тельности подростков выступают: удовлетворение собственных социально-культурных 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 говорит о приоритете для них развлекательного досуга. Большинство подростков предпочитают проводить свой досуг на уровне пассивного потребления развлекательных программ, большинство из них 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 определяются только лишь наличием или отсутствием интереса. Поэтому побуждение ребенка к тому или иному виду досуговой деятельности, как и включение в нее, должно исходить из учета его интересов.

Досуг подростков – это время, когда 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 потребности. Многие досуговые предпочтения подростков построены на их интересе к музыке, спортивно-экстремальным развлечениям, на желании общаться с противоположным полом.

Специалисты выделяют основные задачи по организации свободного времени подростка:

- создание условий для развития и саморазвития; управление процессами развития (формирование 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) [7, с. 113].

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

В культурно-досуговых учреждениях у учащихся нет «ученической репутации», здесь оценка личности делается 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.

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

Молодежь

Современная социокультурная ситуация требует переосмысления подходов к организации досуговой деятельности молодого поколения (15–30 лет). Досуг является важным сред-

ством 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 молодого человека или определенной социальной группы.

Как замечает исследователь молодежного досуга В. Я. Суртаев (Социология молодежного досуга. СПб., 1998. – Введение), 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 всей молодежи.

Прежние средства, методы, формы работы с молодым поколением в сфере свободного времени пересматриваются, переосмысляются. 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 ее старые формы, возникают и внедряются инновационные технологии.

Наиболее ярко эти процессы получают свое развитие в городской среде. С середины 1980-х гг. происходят серьезные 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 досугового времяпрепровождения 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. Инте-

рес к проблемам молодежи носит постоянный и устойчивый характер в отечественной философии, культурологии, социологии, психологии, педагогике.

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 своему объему и богатая по структуре досуговая деятельность людей, осуществляемая вне сложившихся традиционных рамок.

Во многих странах сложились разветвленные индустрии досуга. Российский культуролог 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» [2, 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 стремится 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, удлинением сроков их обучения [23, 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 нас по-новому исследовать те трансформации, которые происходят в культурно-досуговой сфере молодого поколения с конца 1980-х гг. вследствие изменений в социально-политической системе и ценностных ориентаций в постсоветском обществе.

Под досуговыми инновациями мы понимаем такие явления этой сферы жизнедеятельности, которых не было на предыдущих стадиях развития общества, но которые появились на данной стадии 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 сегодняшний день 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 значительной части молодежи навыков их восприятия и усвоения;

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

- повышенная социально-культурная активность большой части молодого поколения и ограниченные возможности социально-культурных и культурно-досуговых учреждений;
- увеличение объема свободного времени и отсутствие культуры его усвоения.

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 досуге, 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 новое поколение молодых людей создает свои новые 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.

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 молодежью новых досуговых форм – молодежь сама вырабатывает новые досуговые формы, которые затем осваиваются и остальными группами, либо преобразует несвойственные 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 их традиционные и инновационные проявления.

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 своей 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 досуговые потребности, как потребность в познании, общении, развлечении, 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.

Аудитория 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 сегодняшний день не

существует. Необходимо отметить, что термин «люди среднего возраста» существует, он встречается в специальной литературе, а вот его определение практически отсутствует. Между тем именно люди среднего возраста (30–55 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.

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 в кругу профессионального 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, так и инновационные, тем самым расширяя культурные горизонты и создавая условия для наиболее полной самореализации личности человека в рамках досуга.

Пожилые люди

К пожилым 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 «люди третьего возраста») ежедневно подвергаются физическим, психологическим и умственным нагрузкам: плохое состояние физического здоровья, стрессы, социальная невостребованность, смена ценностной парадигмы в обществе, трансформация института семьи, убыстренный ритм информационного пространства. Все это неблагоприятно сказывается на психологическом и физическом состоянии здоровья людей «третьего возраста». Поэтому исключительно велика потребность в социальной и личностной самореализации этой категории людей, релаксационных занятиях, навыках в области оздоровления, творческом самовыражении – все это может предоставить досуговая сфера, где созданы условия пожилым людям для занятий культурно-досуговой деятельностью.

Досуг и отдых играют особо важную роль в жизни людей пожилого возраста, особенно когда их участие в трудовой деятельности затруднено. При организации культурно-досуговой деятельности пожилых людей приоритет принадлежит развивающим технологиям, связанным с вовлечением этой возрастной категории людей в различные виды художественного, тех-

нического и прикладного творчества. Они оказывают на них благотворное влияние, расширяют возможности для самоутверждения и самореализации, социальной адаптации.

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

Работа с семьей

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 семьи, то в современном обществе во многих странах женщины становятся лидерами в семье, обеспечивающими ее финансово-экономическую основу.

Это влечет 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. Индивид не может стать человеком и личностью вне человеческого общения. А известно, что оптимальное общение, его начала и основы, особенно для детей, возможны только 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 способна оказать сфера культурно-досуговой деятельности, предоставляющая условия для полноценного развития семьи как социального института.

К сожалению, характер деятельности учреждений социально-культурной сферы с институтом семьи является эпизодическим и непоследовательным. Возникают принципиальные проблемы в постановке целей в работе с институтом семьи, отсут-

ствуют необходимые знания, практические навыки и умения в этой работе, особенно в понимании групповой динамики и психологии межличностных отношений членов семьи [7, гл. IX].

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

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

Вопросы 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. Раскройте значимость культурно-досуговой деятельности в развитии личности подростка.
4. Каковы тенденции развития современного молодежного досуга?
5. Назовите модели досугового поведения людей среднего возраста.
6. Какое значение имеет культурно-досуговая деятельность в жизнедеятельности пожилых людей?
7. Раскройте значимость культурно-досуговой деятельности для гармонизации семьи.

Рекомендуемая литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : ЭГО, 2001. – 287 с.

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

4. *Васильева, Т. Г.* Культурно-досуговая деятельность : учебник / Т. Г. Васильева, Ю. Г. Волков, В. А. Волобуев [и др.] ; под науч. ред. акад. А. Д. Жаркова и проф. В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.

5. *Воловик, А. Ф.* Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М. : Флинта : МПСИ, 1998. – 240 с.

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

7. *Григорьева, Е. И.* [ред.]. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / под науч. ред. Е. И. Григорьевой. – Тамбов : ТГУ, 2002. – 503 с.

8. *Ерошенков, И. Н.* Культурно-воспитательная деятельность среди детей и подростков : учеб. пособие / И. Н. Ерошенков. – М. : ВЛАДОС, 2004. – 221 с.

9. *Жарков, А. Д.* Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник / А. Д. Жарков. – М. : МГУКИ, 2007. – 480 с.

10. *Зацепина, М. Б.* Организация культурно-досуговой деятельности дошкольников : учеб.-метод. пособие / М. Б. Зацепина. – М. : Пед. об-во России, 2004. – 144 с.

11. *Зацепина, М. Б.* Формирование основ культуры ребенка средствами культурно-досуговой деятельности : автореф. дис. ... докт. пед. наук :13.00.05 / М. Б. Зацепина ; Моск. гос. открытый пед. ун-т. – М., 2005. – 44 с.

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

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

14. *Краснова, О. В.* Практикум по работе с пожилыми людьми: опыт России и Великобритании / О. В. Краснова. – М. : Принтер, 2001. – 231 с.

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

16. 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.

17. Молодежь Беларуси на современном этапе: состояние, проблемы и пути их решения: книга для педагогов и организаторов воспит. работы с молодежью / Н. С. Шпак [и др.] ; ред. С. Д. Лаптенюк. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : ИСПИ, 2004. – 342 с.

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

19. Смаргович, И. Л. Основы культурно-досуговой деятельности : учеб.-метод. пособие / И. Л. Смаргович. – Минск : БГУКИ, 2013. – 174 с.

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

21. Суртаев, В. Я. Молодежь и искусство / В. Я. Суртаев. – СПб. : СПбГУКИ, 2002. – 352 с.

22. Титов, Б. А. Социализация детей, подростков и юношества в сфере досуга / Б. А. Титов. – СПб. : СПБГАК, 1996. – 275 с.

23. Трегубов, Б. А. Свободное время молодежи: сущность, типология, управление / Б. А. Трегубов. – СПб. : СПбГУ, 1991. – 152 с.

24. Филистович, О. А. Специфика музыкально-досуговой деятельности в формировании творческой активности младших школьников / О. А. Филистович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – Мінск. – 2011. – № 2(16). – С. 86–93.

1.4. ПРОЕКТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Социально-культурное проектирование, как и в целом система специализированных технологий, стало изучаться и разрабатываться начиная с 1970-х гг.

Как в теории, так и в практике культурно-досуговой деятельности вслед за представителями педагогической мысли активно используются в профессиональном лексиконе такие понятия, как «проект», «программы», «проектные технологии», акцентируется внимание на том, что досуговая деятельность во всем многообразии ее направлений и форм организации осуществляется в проектной среде.

Связано это прежде всего с тем, что проектность в личностном и социальном контекстах характеризует одну из актуальных черт современного мышления и выступает одним из важнейших типологических признаков современной культуры во всех ее основных направлениях, связанных в первую очередь с художественно-творческой деятельностью человека.

Проектирование – это особый, идеальный тип деятельности как процесса промышления того, чего еще нет, но должно (не должно) быть (по словам российского психолога, разработчика проектирования рефлексивного мышления Н. Г. Алексеева); процесс воображения «модели потребного будущего» (по словам Н. А. Бернштейна, российского психофизиолога, создателя научного направления – физиологии активности).

Современная социокультурная ситуация (быстротечность изменений в обществе, в том числе культуре, различные следствия глобализационных процессов и др.) выдвигает в качестве наиболее актуальной проблему наполнения деятельности учреждений культуры новыми проектно-программными методиками и технологиями.

Социокультурной проективной (или проектной) деятельности посвящено учебное пособие А. П. Маркова, Г. М. Бирженюка [8], в котором отмечается: проектность характерна для всех культурных форм и сфер человеческого бытия – научного и художественного творчества, управления, социальной коммуникации и т. д.

Человек, имея уникальную способность к символизации мира, оперируя абстрактными понятиями, обращается к невиди-

мому прошлому и воссоздает его, выстраивает модели оптимального будущего. В рамках *философских систем* осуществляется рациональное конструирование моделей мира и человека.

В сфере *религиозно-этического сознания* формируются идеалы и духовно-ценностные конструкты, воплощающие представление человека конкретной культуры о смысле бытия и пределах личностного совершенства.

Художественное проектирование состоит в создании «второй реальности» с помощью образа, знака, символа.

В сфере *педагогического знания* создаются и реализуются нормативные модели поведения человека.

В *индивидуальной биографии* осуществляется самопроектирование личностью своего жизненного пути (включая концепцию «Я», профессиональное самоопределение и т. д.).

Инженерное проектирование творит вещи «второй природы» из материала «первой» (архитектура, дизайн, техника).

В *социальном пространстве* человек создает модели общественных явлений, социальных институтов, новых форм общественного устройства, реализация которых обеспечивается системой права, управления и т. д.

Культурно-досуговая деятельность, прямо или косвенно связанная с реализацией отдельных проектов и программ, проведением тех или иных культурных акций, в конечном счете направлена на решение или оптимизацию проблем, характерных для конкретного лица, общественной группы, территории, определенной области культуры, образования, искусства, досуга. Проект является самым первым шагом в осуществлении любого осмысленного, сознательно мотивированного и социально ориентированного культурного действия. Проект начинается с анализа проблем, решение которых в дальнейшем будет определять логику и последовательность этого проектного действия.

Хотя различные источники трактуют понятие «проект» по-разному, во всех определениях четко просматриваются особенности проекта как объекта управления, обусловленные комплексностью задач и работ, четкой ориентацией этого комплекса на достижение определенных целей и ограничениями по времени, бюджету, материальным и трудовым ресурсам, а процесс управления и координации называется проектным менеджментом.

Сам термин «проект» латинского происхождения – *projectus* в буквальном переводе означает «брошенный вперед», а объект управления, который можно представить в виде проекта, отличает возможность его перспективного развертывания, т. е. возможность предусмотреть его состояния в будущем.

Другими словами, проектом называются действия, направленные на создание или усовершенствование какого-то продукта или услуги, выполняемые впервые в данных условиях, ограниченные во времени началом планирования и временем подведения итогов.

Исследователи признают, что теоретические основы проектирования могут исходить из трех разных, хотя и связанных между собой, подходов: объектно ориентированного, проблемно ориентированного, субъектно ориентированного. Все эти подходы конструируют реальность, учитывая актуальные потребности социума и человека.

Характеризуя особое предметное поле проектирования в сфере культуры и досуга, Г. А. Аванесова определяет его как разновидность производственно-экономической деятельности, направленной на обновление *имеющихся* или на разработку и внедрение *новых* культурно значимых продуктов, технологий, приоритетных художественных и духовных ценностей. Иными словами, особенности проектов в сфере культуры выявляют себя в целеполагании, которое связано с производством культурного продукта.

Сегодня в сфере культуры, по мнению Г. А. Аванесовой, наиболее часто разрабатываются и внедряются проекты:

- 1) связанные с созданием аудиовизуальных продуктов (кинематограф, телевидение, радио);
- 2) связанные с рекреацией человека;
- 3) художественно-дизайнерские;
- 4) сценические (театральное, эстрадное и цирковое искусство);
- 5) полиграфические;
- 6) реставрационные (охрана историко-культурного наследия);
- 7) экспериментальные [1, с. 187].

Проектирование как специфическая технология представляет собой своеобразное «производство» желаемой и предназначенной для осуществления модели будущего объекта: социально-культурной или предметной среды, сферы жизнедеятельности, образа жизни, учреждения, социального института

и т. п. Таким образом, главная миссия, предназначение проектной деятельности в сфере культуры и досуга заключаются в том, чтобы, имея дело с альтернативными образцами решения проблем, предложить наиболее оптимальный, обоснованный вариант разрешения конкретной проблемной ситуации.

Проектирование – это деятельность по преобразованию существующей действительности на основе собственного замысла, поэтому ключевая характеристика любого проекта, а в особенности в сфере культуры и досуга, – его авторская линия.

Социально-культурное проектирование трактуется А. П. Марковым и Г. М. Бирженюком как специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта (или сферы проектной деятельности), разработке путей и средств достижения поставленных целей. В качестве объекта социально-культурного проектирования выступает сложное образование, включающее в себя накладывающиеся друг на друга две подсистемы: социум и культуру [8, с. 10].

Социокультурное проектирование характеризуется данными авторами как инновационная деятельность, имеющая своей целью достижение желаемого и должного результата путем создания, модернизации или поддержания какой-либо материальной или духовной ценности в изменяющихся условиях.

Такая деятельность имеет пространственно-временные и ресурсные границы и характеризуется социально-культурной значимостью. В качестве объектов социокультурного проектирования исследователи выделяют:

- 1) человека, с его потребностями, ценностными установками, социальным статусом;
- 2) различные элементы социальной структуры общества (трудовые коллективы, социальные группы, регионы и т. п.);
- 3) общественные отношения – межличностные, семейно-бытовые, политические, идеологические и др.;
- 4) элементы образа жизни (качество и стиль жизни, жизненные позиции, способы жизнедеятельности и т. п.).

Говоря о социокультурном проектировании как педагогической технологии, обратим внимание на то, что одной из характеристик аудитории проекта (или программы) являются лич-

ностные или социально-психологические проблемы, вызванные неудовлетворенными потребностями, недостижимыми обстоятельствами, неосуществленными замыслами и т. п. Все это стимулирует специалистов культурно-досуговой деятельности на изменение ситуации, порождающей подобные проблемы, поиск новых форм, средств и способов взаимодействия с социальным или предметным миром [8, с. 187].

Социально-культурный проект – это текстовое описание этапов его жизненного цикла:

- 1) анализ проблемной ситуации;
- 2) разработка концепции проекта;
- 3) оценка жизнеспособности проекта;
- 4) планирование проекта;
- 5) анализ ресурсной базы проекта;
- 6) составление бюджета;
- 7) реализация проекта.

Обязательными составляющими на протяжении жизненного цикла проекта выступают контроль, оценка, подведение текущих и окончательных итогов проектной деятельности.

Логика разработки и внедрения проекта может быть представлена в виде двух взаимосвязанных блоков:

1. Содержательное оснащение проектного решения: определение проблемы (*проблематизация*); постановка целей и задачи (*целеполагание*); содержание деятельности, целевая аудитория проекта, основные ресурсы (*инструментализация*).

2. Система действий, направленных на практическую реализацию проекта.

Проектная деятельность обнаруживает себя как специфическая форма творчества, являясь универсальным средством развития человека. Не случайно А. П. Марков и Г. М. Бирженюк рассматривают социально-культурное проектирование как мировоззренческую и технологическую основу целого ряда профессий социально-культурной, социально-педагогической и культурологической направленности [8, с. 24].

Будучи технологией культурно-досуговой деятельности, проектирование представляет собой педагогическую систему последовательных организационно-управленческих действий, использование личностных, инструментальных и методологических средств, направленных на достижение планируемых результатов.

Сущность проблемы неразрывно связана с наличием определенных противоречий, трудностей и препятствий в окружающей социально-культурной среде. Поэтому проблему всегда отождествляют с анализом социально-культурной ситуации, когда с помощью объективно фиксируемых фактов и явлений устанавливаются и причины, и результат несоответствия между существующим и должным, реальным и желаемым.

В технологии проектирования социокультурная среда жизнедеятельности человека или социальной группы является ключевой в силу того, что она поддается изменению, преобразованию. Оказывая решающее воздействие на развитие и формирование личности, среда в то же время изменяется, преобразуется под влиянием творческой активности человека, благодаря которой потенциалы среды становятся реальными возможностями развития личности, условиями ее самореализации.

Понятие «социокультурная среда» в узком смысле слова определяется как среда досуга, которая имеет широкий спектр форм и средств общения и творчества, носит социальный характер и является важным элементом полноценной, жизненно необходимой человеку культурной среды. Другими словами – это пространство, в котором протекает процесс социализации и инкультурации личности.

Различные отношения, детерминированные социокультурной средой, включают в себя широкий спектр контактов с социальным миром, природой, сферой искусств, отношения в пространстве ближайшего социального окружения. Эта совокупность отношений, безусловно, влияет на творческую деятельность через психолого-педагогические механизмы, обеспечивающие актуализацию и развитие потенциальных способностей личности, ее креативности и социальной активности.

Типологические уровни творческой деятельности представлены такими ее видами, как репродуктивный – простое воспроизведение отработанных форм, предметов, способов; репродуктивно-творческий, или эвристический, – уровень, на котором происходит открытие человеком того нового для себя, что объективно не является новым; непосредственно творческий.

Для перехода от репродуктивного освоения социально-художественного опыта к конструированию собственных отношений и продуктивной творческой деятельности необходи-

мы творческая полноценность среды, обогащение ее располагающими к творчеству элементами, коррекция межличностных отношений, что целиком зависит от соответствующих социально-педагогических условий. Более того, признание средой творческих проявлений личности имеет тем большую основу, чем раньше в самой этой среде выступают оригинальные творческие элементы. Таким образом, для личности имеют значение креативность среды, насыщенность ее материальными ресурсами, разнообразие качественных линий развития. Наиболее ярко эта детерминация проявляется в процессе подготовки и реализации социально-культурного проекта.

Реализуя потенциалы среды, изменяя связи и отношения человека со средой его обитания, совершенствуя деятельность учреждений или генерируя новые, программа в результате должна обеспечить рост качественных параметров образа жизни человека, создать дополнительные возможности для развития и самореализации личности. В этом и заключается основной смысл и целевая установка технологии социокультурного проектирования.

Необходимость регулирования параметров социокультурной среды посредством социокультурных проектов и программ определяется также тем обстоятельством, что ее влияние не всегда однозначно позитивное. Эффект среды зачастую бывает стихийно социализирующий, а не целенаправленно воспитывающий. Превратить ее в воспитательное пространство можно лишь путем интеграции потенциала среды и ресурсов.

Одним из сегментов многообразного пространства социально-культурного проектирования выступает сфера искусства, в которой реализуются представленные ниже функции. Оговоримся, что выявленные исследователем арт-менеджмента и одним из авторов данного пособия Е. А. Макаровой функции организатора проектно-творческой деятельности отражают суть проектного менеджмента в самом широком смысле [7, с. 45–54].

1. Концептуально-художественная функция. Концепция – это система взглядов, выражающая определенный способ видения, понимания, трактовки, творческого проекта и презентующая ведущую идею как конструктивный принцип реализации замысла проекта. Целью проекта как культурного продукта является не только получение прибыли, но и создание художественной ценности.

2. Проектно-управленческая функция реализуется в процессе создания проекта как художественно-творческой продукции, направленной на развитие художественного вкуса публики, обеспечение эстетического отдыха, культурного общения. Реализация любого проекта требует привлечения ресурсов: исполнительских (рабочая сила), материальных (деньги, техника) и т. д.

3. Организационно-технологическая функция предполагает координацию деятельности субъектов проекта, обеспечение их эффективного функционирования; формирование имиджа организации и ее сотрудников, подготовку и ведение переговоров, установление контактов с нужными организациями, учреждениями, отдельными юридическими и творческими лицами.

4. Маркетинговая функция, включающая PR и рекламу, предполагает осуществление исследовательской работы по выявлению сегментов рынка и основных потребителей творческого проекта, позиционирование предмета творческой деятельности и арт-продукта, стимулирование продвижения, организацию связей со СМИ.

5. Коммерческая и финансово-экономическая функция включает концептуальную разработку коммерчески выгодного бизнес-плана и формирования бюджета, поиск спонсоров, инвесторов, согласование цен на оформление проекта и условий для осуществления продажи художественно-творческого продукта на рынке.

6. Юридически-правовая функция проявляется в подготовке всей юридической документации, связанной с деятельностью организации, защитой авторских прав.

Таким образом, одной из тенденций развития культурно-досуговой деятельности стало возрастание интеграционных процессов, в результате которых сближаются культурная, образовательная и социальная сферы. Это неизбежно приводит к тому, что сегодня специалист сферы культуры должен «вывести» досуговую деятельность из узких рамок к ее многофункциональному содержательно-смысловому насыщению. Речь идет в первую очередь о том, что наряду с такими родовыми функциями, как рекреационная, личностно-развивающая, коммуникативная, культурно-досуговая деятельность все отчетливее реализует социально-организующую функцию как целостную совокупность воздействий на систему общественных от-

ношений всех возможных уровней с целью приобщения человека к социуму, его социализации и социокультурной адаптации.

Другими словами, сегодня вся социально-культурная сфера должна работать в так называемой проектной или программной среде, чтобы функционировать как открытая система, способная успешно сотрудничать с различными социальными институтами общества, создавая новые модели и технологии работы. Это, в свою очередь, актуализирует важную особенность проектного подхода, а именно возможность сотрудничества различных учреждений и организаций (культурных, коммерческих, государственных) в реализации проекта, что позволяет привлечь дополнительные материальные, финансовые, человеческие ресурсы, что особенно важно для культурных проектов в периоды экономической неустойчивости.

Актуальность овладения основами социально-культурного проектирования обусловлена, во-первых, тем, что данная технология имеет широкую область применения во многих сферах профессиональной деятельности.

Во-вторых, владение технологией социокультурного проектирования позволит специалистам более эффективно реализовывать базовые функции, связанные с рекреацией, самореализацией, общением, познанием.

В-третьих, проектные технологии обеспечивают конкурентоспособность специалиста на рынке труда: умение разработать проект, привлечь необходимые ресурсы, в первую очередь интеллектуальные и финансовые, это реальная возможность утвердиться в пространстве социально-культурной деятельности.

А. П. Марков и Г. М. Бирженюк подчеркивают, что способность к проектной деятельности, к продуктивному воображению, творческому и свободному преобразованию реальности на основе «модели потребного будущего» задается самой сущностью культуры, выступающей, прежде всего, совокупностью идеальных, духовных, т. е. «проектных», способов и результатов освоения и преобразования природы, общества, самого человека [8, с. 27].

Эрик Ларсон и Клиффорд Грей отмечают, что перед лицом жесткой всемирной конкуренции многие современные организации перестраиваются, используя для выживания философию инновации, обновления и обучения. Эта философия предлагает организациям гибкость в управленческих решениях. Управле-

ние проектами развивается, и наступает этап, на котором оно становится профессиональной дисциплиной, обладающей собственным багажом знаний и навыков. Сегодня почти невозможно представить кого-либо на любом уровне организации, кто не извлек бы выгоду из процесса управления проектами [5, с. 13].

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте понятия «проект», «проектирование».
2. Определите сущность социально-культурного проектирования.
3. Назовите объекты социально-культурного проектирования.
4. Представьте основные этапы жизненного цикла проекта.
5. Раскройте сущность основных функций проектного менеджмента.

Рекомендуемая литература

1. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики / М. А. Ариарский. – СПб. : Анатолия, 1999. – 530 с.
3. *Киселева, Т. Г.* Социально-культурная деятельность : учебник / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : МГУК, 2004. – 539 с.
4. *Красильников, Ю. Д.* Диагностика детских развивающих проектов / Ю. Д. Красильников // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2009. – № 2. – С. 146–152.
5. *Ларсон, Э. У.* Управление проектами : практическое руководство : пер. с англ. / Эрик У. Ларсон, Клиффорд Ф. Грей. – М. : Дело и Сервис, 2003. – 528 с.
6. *Луков, В. А.* Социальное проектирование : учеб. пособие / В. А. Луков. – М. : МосГУ : Флинта, 2003. – 239 с.
7. *Макарова, Е. А.* Теория и технологии арт-менеджмента: науч.-метод. пособие / Е. А. Макарова. – Минск : ИКБ, 2013. – 131 с.

8. *Марков, А. П.* Основы социокультурного проектирования : учеб. пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. – СПб. : СПбГУП, 1997. – 260 с.

9. *Орлова, Э. А.* Проблемно ориентированное социокультурное проектирование: теория и методология / Э. А. Орлова // Теоретические основания культурной политики : сб. ст. – М., 1993.

10. *Романова, М. В.* Управление проектами : учеб. пособие / М. В. Романова. – М. : Форум : ИНФРА-М, 2014. – 256 с.

11. Социально-культурный менеджмент: теория и практика : сб. ст. / редкол.: А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский. – Минск : БГУКИ, 2014. – 133 с.

12. *Стрельцов, Ю. А.* Культурология досуга : учеб. пособие / Ю. А. Стрельцов. – 2-е изд. – М. : МГУКИ, 2002. – 184 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Раздел 2

ТЕХНОЛОГИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАЗНЫХ КАТЕГОРИЙ НАСЕЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ СОЦИУМЕ

Организация культурно-досуговой деятельности детей

Субъектами организации культурно-досуговой деятельности детей в нашей стране выступают такие социальные институты, как семья, школа, учреждения культуры и досуга, учреждения дополнительного образования. Государственная система организации культурно-досуговой деятельности детей включает: учреждения дополнительного образования (комплексы и центры внешкольной 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, центры ремесел, центры досуга, дома фольклора и т. д.), кино-театры, парки культуры и отдыха, спортивные и культурно-спортивные комплексы. В процессе организации культурно-досуговой деятельности также участвуют такие социально-культурные учреждения, как театры, филармонии, библиотеки, музеи – на их базе проводятся детские спектакли, конкурсы, фестивали, экскурсии, мастер-классы, детские праздники и другие мероприятия для детей.

Содержательная и целенаправленная работа по организации культурно-досуговой деятельности детей ведется на базе общеобразовательных школ в рамках внеклассной работы.

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

– кружки, студии, клубы художественного, спортивного и технического направлений;

- детские коллективы художественного творчества;
- конкурсы, конкурсы-смотры, фестивали;
- конкурсно-игровые программы;
- тематические программы (посвященные музыке, театру, литературе 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, как правило, предлагают художественные, спортивные и технические кружки, студии, клубы различной направленности, детские коллективы: танцевальные (народный, эстрадный, балльный 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, авиамоделирование, конструирование автомототехники и реставрация, школы мототехники) и цирковые объединения, кружки декоративно-прикладного и изобразительного искусства (работа с различными материалами, роспись по дереву и стеклу, соломоплетение, бисероплетение, вязание, моделирование и пошив одежды, пр.), студии тематического развивающего обучения (реклама, программирование, компьютерная графика и дизайн, флэш-анимация, обучение языкам, этикет, средневековые ремесла, дизайн), спортивно-оздоровительные, туристические, эколого-краеведческие объединения.

С помощью различных культурно-досуговых программ у детей формируются новые умения и навыки, осваиваются основы взаимодействия с противоположным полом, формируется мировоззрение.

Особое место в организации культурно-досуговой деятельности детей занимают игры. Игра используется 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:

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

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

Организация культурно-досуговой деятельности подростков

Удовлетворение социально-культурных потребностей и интересов подростков в различных областях внешкольной деятельности, развитие их творческих способностей осуществляется 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 культурно-досуговой деятельности. Результаты исследований показывают, что существует ряд факторов невключенности подростков в процесс организованного проведения досуга:

- факторы коммуникативно-психологического порядка, связанные с психологическими барьерами в отношениях (например, нерешимость и стеснительность в общении с незнакомыми людьми);

- занятость пассивными формами организации досуга (компьютерные игры, просмотр телевизора, «ничегонеделание» 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 удовлетворения реальных досуговых потребностей подростков.

Досуговое пространство предоставляет подростку широкие возможности для развития многих способностей (интеллектуальных, физических и др.). Главное для организатора культурно-досуговой деятельности – выстроить ряд задач, которые помогут развить эти способности.

Основными направлениями организации социально-культурной активности подростков в рамках досуга можно считать следующие: гражданско-патриотическое воспитание; воспитание информационной культуры; формирование нравственно-этических ценностей; экологическое воспитание и краеведческое; формирование профессионально-психологических основ личности; развитие коммуникативной культуры; развитие интеллектуальной культуры; развитие эстетической культуры; художественно-творческое направление; воспитание культуры здорового образа жизни и спортивно-оздоровительное направление; развитие гендерной культуры; формирование правовой культуры.

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

- клубы по интересам, спортивные, художественные, технические кружки, студии, коллективы художественного творчества;

- конкурсы (литературных работ, декоративно-прикладного творчества и изобразительного искусства, веб-дизайна, командные тематические конкурсы);

- сюжетно-ролевые игры, квесты;

- 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, песни и т. п.;

- турслеты, экскурсии, походы, марш-броски.

Следует выделить основные направления организации социально-культурной активности подростков в рамках досуга:

- развитие коммуникативной культуры;

- развитие интеллектуальной культуры;

- развитие эстетической культуры;

- художественно-творческое направление;

- спортивно-оздоровительное направление;

- формирование правовой культуры.

Наиболее перспективными видами в организации культурно-досуговой деятельности подростков выступают следующие:

- современные виды музыки и танцев, 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.

Учреждениям культуры и досуга, дополнительного образования детей, подростков и молодежи необходимо формировать у воспитанников способность выбирать сферу профессиональ-

ной деятельности, оптимально соответствующую личностным особенностям и запросам рынка труда.

С этой целью необходимо проводить встречи с интересными людьми разных профессий, презентации профессий, ролевые и деловые игры, игровые тренинги, конкурсы, диспуты, ток-шоу, творческие гостиные, мастер-классы и др.

Целесообразно предоставлять старшим подросткам возможность осваивать курсы допрофессиональной подготовки по востребованным на рынке труда специальностям: по основам современных информационных технологий, бизнес-проектирования, журналистского дела, дизайна, парикмахерского искусства и др. Даже если ребята не выберут в дальнейшем эти профессии, курсы помогут им развиваться, творчески самореализовываться, становиться самоувереннее в своих положительных проявлениях.

Особенности культурно-досуговой деятельности молодежи

В процесс организации культурно-досуговой деятельности молодежи и предоставления досуговых товаров и услуг прямо или опосредованно включено множество социально-культурных и культурно-досуговых институтов, как то: дворцы и дома культуры, центры ремесел, парки культуры и отдыха, театры, кинотеатры, музеи и выставочные залы, библиотеки, туристические организации, культурно-развлекательные центры и комплексы, дискотеки, концертные организации, культурно-досуговые центры, студенческие клубы высших учебных заведений, филармонии, дворцы детей и молодежи, центры и комплексы внешкольной работы, молодежные общественные организации.

У молодого поколения наблюдается возрождение интереса к театральному искусству, а также музейной и выставочной деятельности. Это связано с тем, что в настоящее время и музеи, и театры используют в своей деятельности новые интерактивные формы работы: мастер-классы, лекции, встречи с известными людьми; театры проводят экскурсии по «закулисью» и организуют балы. Музеи, галереи и выставочные залы приобретают снова популярность за счет выставок современного искусства, поскольку оно близко молодежи; также молодежь привлекают такие мероприятия, как «Ночь музеев», которые представляют собой художественные проекты, сочетающие театрализованные представления, музыкальные выступления,

просмотры выставок, игры и конкурсы, перформансы (перформансы) и т. д.

Возникают и развиваются новые культурно-досуговые территории досуга современной городской молодежи: креативные и арт-пространства, творческие кластеры, квест-румы, арт-кафе, антикафе.

Так, к примеру, для молодежи города Минска пару лет назад открылось творческое пространство «ЦЭХ». В данном центре реализовалось большое количество различных программ, которые обязательно интересны современной молодежи: мастер-классы (например, по съемке и монтажу видео), образовательные курсы (курс по мультимедиа), циклы творческих программ (например, «Культура паляпшае жыццё», «Мова ці кава»), выставки, дискуссии, творческие встречи, спектакли, хэппенинги, перформансы, презентации книг, концерты, благотворительные акции, кинопросмотры с обсуждением, лекции, тематические вечера (например, вечер музыкотерапии) и другие проекты и мероприятия.

Популярным ныне досуговым пространством для молодежи являются антикафе. Антикафе (также тайм-кафе, тайм-клуб) – публичное заведение досуговой направленности, недавно набравшее популярность в России и странах СНГ, которое представляет собой место для встреч, времяпрепровождения, оформленное в формате кафе или клуба, «арендуемое» посетителями на время. Это заведение для общения, а не для еды, где, однако, также можно выпить горячего чая или кофе.

К примеру, в Минске работало первое городское антикафе под названием «Дом Фишера». Здесь постоянно устраивались поэтические, музыкальные вечера, вечера настольных игр и дружеских встреч, различные мастер-классы (например, по валянию из войлока, по завариванию чая, психологические, по тайм-менеджменту). Также в антикафе есть сцена, на которой выступают начинающие музыканты, поэты и пр. Антикафе, по сути, являются свободным досуговым пространством для творческой молодежи.

В Беларуси открываются арт-кафе, направленные в своей работе на разнообразие и содержательность молодежного досуга. Чтобы привлечь посетителей, кафе тщательно продумывают не только меню, но и развлекательную программу: живая музыка, профессиональные диджеи, тематические вечера.

В арт-кафе организовываются живые концерты, презентации, показы мод, чайные церемонии и пр. Там собираются творческие люди – музыканты, поэты, художники, артисты. Часто арт-кафе становится стартовой площадкой для выступления начинающих музыкальных коллективов, поэтов и писателей.

Одной из новых досуговых музыкальных форм для молодежи стал формат караоке. Караоке – активный и творческий вид деятельности. Он выполняет не только рекреативную, но и развивающую функцию, способствует повышению общей музыкальной культуры, позволяет раскрыть творческий потенциал. Пение в караоке способствует высвобождению отрицательной энергии, служит средством психологической разрядки, снимает агрессию и напряженность.

Важная часть караоке – это общение. В процессе пения человек раскрывается, показывает свой внутренний мир и получает эмоциональный отклик от аудитории. На основе этого устанавливается контакт и возникает интерес, который служит стимулом к дальнейшему общению.

Наиболее востребованными формами культурно-досуговой деятельности молодежи на сегодняшнем этапе являются:

1) *традиционные формы* досуговой социально-культурной активности молодежи:

- фестивали, конкурсы (танцевальные, вокальные, граффити, диджеев 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, туризм;
- праздники, концерты, молодежные тематические акции;
- дискотеки и др.;

2) *инновационные формы*:

- ролевые и сюжетно-ролевые игры («Схватка», «Фотоохота», ролевые игры «толкинистов»), квесты;
- командные интеллектуально-развлекательные игры («Мозговой штурм», «Ума палата», «Мозгобойня», «Беларуская інтэлектуальная гульня»);

- «открытые форматы» – юмористический формат «стендап», открытый поэтический «микрофон»;
- клубы веселых и находчивых – КВН;
- рыцарские клубы;
- экстремальный спорт (пейнтбольные клубы, курсы экстремального вождения, конные клубы, стритрейсинг, паркур, стритбол, маунтинборд);
- экстремальный туризм (спелеопоходы, рафтинг, походы на байдарках, плотях, конные туры, туры на выживание, конные клубы, клубы роллеров, байкеров, дайвинг, подводная охота, скалолазание и т. д.);
- перфомансы;
- интернет-технологии.

Квест (англ. quest – поиск) – это разновидность интерактивных игр, в которых герои-участники (чаще всего – команда) проходят по заранее разработанному сюжету в специально оборудованном помещении, стремясь выполнить ряд заданий для достижения конечной цели – найти спрятанные предметы или людей, разгадать загадки и головоломки, выбраться из помещения за отведенное время и т. п.

Интеллектуально-развлекательная игра «Мозгобойня» – это командно-соревновательная игра в стиле Pub Quiz («викторина в баре»), состоящая из 7 туров по 7 вопросов каждый. Туры состоят из вопросов на самые разнообразные темы – кино, музыка, литература, изобразительное искусство, физика, химия и т. д. Все вопросы веселые и интересные. Победителем игры становится команда, которая наберет наибольшее количество баллов по результатам всей игры. Возрастных ограничений в этой игре нет, но чаще всего она популярна именно у молодежи.

«Беларуская інтэлектуальная гульня» – это также интеллектуально-развлекательная игра формата Pub Quiz, посвященная белорусской культуре.

Особый интерес у молодых людей вызывают новые проекты на базе привычных учреждений культуры – это «Ночь музеев», «Ночь библиотек», «Ночь кино». Как правило, это многочасовые культурно-зрелищные мероприятия, объединенные общей тематикой профильной деятельности музея, библиотеки, кинотеатра. Например, действие «Ночи музеев» разворачивается одновременно на нескольких арт-точках, располагающихся в

экспозиции музея и на площадке перед ним, в режиме non-stop (безостановочно, без перерыва).

Художественное действие включает арт-зоны, мастер-классы, открытие выставок, лекции, концерты, интерактивные игры, театрализованные представления и выступления артистов, конкурсы, перфомансы и т. п. С каждым годом молодых людей, которые принимают участие в проектах «Ночи...», становится все больше, их интерес к истории и культуре возрастает благодаря и этим проектам.

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, сюжетно-ролевые игры, квесты, рыцарские клубы, спортивные состязания и т. д. Феномен игры порождает огромный, невероятно быстро разрастающийся мир, в который молодежь погружается безоглядно. 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 ставшие сегодня популярными среди молодежи сюжетно-ролевые игры (игры-театрализации). 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 лишь своеобразной канвой, допускающей свободные импровизации.

К подобным играм заранее готовятся, изобретают необходимые игровые атрибуты, распределяют основные роли и т. д. Здесь каждый – автор и исполнитель, ибо сам планирует ход и последовательность событий, определяет друзей и врагов, а

главное – становится тем, кем хочет быть. Поэтому организацию подобных игр и участие в них можно смело назвать игротворчеством.

Процесс создания сюжетно-ролевой игры включает в себя:

- а) выбор проблемы, которую решает игра;
- б) постановку цели и задач игры, прогнозирование возможных результатов;
- в) создание моделей исходной ситуации запланированного игрового действия;
- г) выбор сюжета, построение схемы игры;
- д) подготовка игрового материала (написание общей и индивидуальной «легенд» для участников, информации для ведущего игры, игрового инструментария, элементов оформления игры).

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. «Ролевиками», например участники клубов исторической реконструкции, шьют себе костюмы, делают доспехи, учатся владеть различными видами средневекового оружия, чтобы 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 многих странах Европы формируются и успешно развиваются рыцарские клубы и объединения. 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 тем 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.

В свое время одними из популярных 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» считается лидером среди молодежных неформальных игр. Суть ее заключается в том, что команды участников получают 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 команды должны зарегистрироваться на сайте, иметь в своем распоряжении автомобиль. Игра может длиться достаточно большое количество времени.

Одной из самых востребованных форм молодежного досуга является так называемый экстремальный спорт, туризм и другие формы активного самовыражения молодого поколения. Стремление молодежи к эксперименту, использованию последних технологических новинок способствует проникновению в досуговую деятельность 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 (street racing – уличные гонки), активный экстремальный уличный спорт – паркур (преодоление препятствий в городских условиях), флэтленд (фигурное катание и выполнение акробатических трюков на велосипеде класса BMX), 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 существенно вырос интерес к экстремальным видам туризма. Многие и места проведения летнего отпуска планируют, ориентируясь на степень комфортности условий для занятий экстремальными видами спорта. На базах многих кемпингов организуют школы выживания в экстремальных ситуациях. 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 флэшмобы (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 участники расходятся), перформансы и хеппенинги, т. е. своеобразные представления на любые темы. В энциклопедическом словаре дается следующее определение перформанса: англ. performance – спектакль, представление; это система действий исполнителя или исполнителей, рассчитанная на публичную демонстрацию; перформанс отказывается от непосредственного вовлечения в действие зрителей. Хеппенинги (англ. happening – случающееся, происходящее) – это искусство своеобразных микроспектаклей, сочетающих элементы театра абсурда, музыки, живописи и вовлекающих в импровизированное действие зрителей.

Перформансы и хеппенинги являются сами по себе и самовыражением молодежи, и творчеством. Они позволяют не быть привязанными к определенным учреждениям культуры и досуга (перформансы можно проводить даже на улице). В Беларуси уже не первый год проводятся фестивали перформанса.

Увлеченность молодежи Интернетом и компьютерными технологиями вызывает неоднозначную реакцию, нередко отрицательную. В то же время компьютеризация создает новые возможности в сфере производства культуры, формирует новые содержательные увлечения, находящие свое место в досуге молодежи: компьютерная мультипликация, компьютерная живопись, компьютерная графика, web-дизайн (подобные мо-

лодежные увлечения начинают включать в различные соревнования, примером чему могут быть Международные Дельфийские игры, в которых традиционно принимают участие танцоры, музыканты и художники), сайты любителей поэзии и прозы, книг и фильмов.

Компьютер и Интернет позволяют молодым людям проявлять свои способности в различных видах творчества. Так, за последние годы набрало популярность движение «фантворчество» – это любительское творчество по мотивам популярных фильмов, телесериалов, аниме, книг, комиксов, компьютерных игр.

Результаты своего творчества, выраженного в виде прозаических и поэтических произведений (фан-фики), видеофильмов, комиксов, клипов, музыки, «косплея» (копирование образа любимого персонажа), любители выкладывают на специализированных сайтах, на которых они обмениваются мнениями, выставляют друг другу оценки, выбирают лучшие произведения. А уже в реальности для таких любителей проводятся конкурсы и фестивали, позволяющие участникам творчески самовыражаться, общаться, делиться опытом. Таких фестивалей достаточно много. Так, ежегодно в Сан-Диего (США) проводится фестиваль Comic-Con, являющийся одним из крупнейших форумов профессионалов и любителей поп-культуры: комиксов, научной фантастики, видеоигр, аниме/манга, телесериалов и т. п.

Также подвергаются трансформации и традиционные формы культурно-досуговой деятельности молодежи. Они становятся вариативными и многофункциональными. Например, выставочная деятельность 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 видоизменяются ставшие уже традиционными дископрограммы, превращаясь из ординарных танцевальных вечеров в тематические дискотеки. Особенность заключается в том, что их содержательная структура наполнена информационно-познавательными зре-

лищными 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 и в кадровом ресурсе, и в том, что традиционные формы и методы отстают от запросов молодых людей, желающих творчески и с пользой для здоровья организовать свой досуг. Все это в полной мере говорит о том, что культура досуга молодежи развивается частично стихийно.

В целях обеспечения удовлетворения социально-культурных потребностей молодого поколения в сфере досуга можно рекомендовать:

- развивать и применять культурно-досуговые формы, предполагающие активное участие молодежи в самом процессе их организации и проведения;
- более активно применять современные технические достижения в организации и проведении молодежных досуговых программ и проектов;
- развивать культурно-досуговые формы, основанные на потребностях и интересах различных категорий молодежи;
- внедрять синкретические досуговые технологии, удовлетворяющие комплекс социально-культурных потребностей молодежи: развлечение, общение, творчество, познание, зрелище;
- трансформировать старые апробированные формы, улучшая их содержание, основываясь на потребностях и интересах современной молодежи;
- в организации культурно-досуговой молодежной политики применять принцип «соответствия кадрового потенциала», т. е. заниматься организацией досуговой деятельности молодых должны специалисты, близкие по духу и возрасту, хорошо знающие особенности субкультуры молодого поколения.

Дискотека в структуре музыкального досуга молодежи

Не будет преувеличением сказать, что вопросы, связанные с организацией дискотек, реализацией массовых молодежных музыкальных проектов, были и остаются наиболее сложными и актуальными в деятельности учреждений культуры и досуга. Требования молодежи к организации клубных дискотек и про-

ведению музыкально-развлекательных программ значительно повышаются, а популярность дискотеки как формы музыкально-развлекательного досуга не уменьшается на протяжении десятилетий.

В современной социокультурной ситуации запросы и интересы молодых людей динамично меняются, усложняются характер и структура досуговой деятельности в условиях городской культуры. Естественно, что дискотека получает новый импульс к развитию под непосредственным влиянием музыкальной индустрии как сектора мировой экономики.

Несомненно, современное развитие дискотеки нельзя рассматривать вне индустрии звукозаписи – прочно утверждающегося явления культуры, которое вошло в музыкальную жизнь общества как мощнейшее средство воздействия на музыкальные ориентиры и потребности широкой аудитории.

Следует вспомнить, что бурному развитию дискотеки в значительной степени содействовало появление музыки в стиле «диско» в середине 70-х гг. прошлого века. Сам же термин «диско» происходит от французского *discotheque* – означает прежде всего ночной клуб, где организуются танцевальные вечеринки под музыку звукозаписи, в отличие от программ, сопровождаемых живой музыкой оркестра или ансамбля. Развитие дискотеки, таким образом, неотъемлемо от звукозаписи и тех видов и жанров музыки, что получают самое непосредственное развитие на ее основе (техно, техно-поп, интеллигент-техно, денс-поп, дэско-фанк, хаус, рэйтв, электронный нью-эйдж, транс, джангл, ар-н-би (R&B) и т. д.).

Очевидно, что дискотеку следует рассматривать прежде всего как явление музыкального шоу-бизнеса, как составляющую музыкальной индустрии. Как известно, музыкальная индустрия является одной из наиболее значимых и прибыльных сфер индустрии развлечений во всем мире. Музыкальная индустрия становится все более значительным сектором мировой экономики, что, безусловно, оказывает существенное влияние на особенности функционирования дискотек и в наших социально-экономических условиях. Постоянно возрастающая роль звукозаписи как важнейшего канала тиражирования и распространения музыкальной информации требует обращения к проблеме звукозаписи в непосредственной деятельности современного диджея.

Музыкальный досуг молодежи в значительной степени обеспечивается индустрией средств массовой информации, Интернетом, телевидением, кино, видеотехникой, индустрией развлечения, которая в настоящее время разрастается до глобальной конгломерации. Средства массовой информации, прежде всего телевизионные музыкально-развлекательные программы, теледискотеки, конкурсы видеоклипов, фестивали поп-музыки, шоу-проекты, становятся своеобразным эталоном вкусов, взглядов, музыкальных интересов, моделей социального поведения. Все эти процессы находят свое непосредственное отражение в пространстве дискотечных развлечений.

Действительно, дискотека как форма музыкального досуга молодежи, имеет свое «лицо», свой «формат», «цвет», в отличие от других музыкально-развлекательных мероприятий либо танцевально-игровых вечеров. Дискотека с самого начала своего существования характеризуется определенным стилем поведения, определяется модой на одежду, атрибутику. Пространство дискотеки создает особый тип взаимоотношений между подростками, молодыми людьми, здесь доминирует свой стиль «сленг тусовки». Кроме того, дискотеки дифференцируются в зависимости от аудитории (студенческие, школьные, массовые, клубные).

Необходимо обратить внимание на отношение подростков к современной музыке. Оно неоднозначное и непростое. К сожалению, этот вопрос пока еще не получил должного отражения в теоретическом поле психологии и культурологии. Отдельные исследования в этой плоскости свидетельствуют, что использование современных технических средств существенно влияет на эмоционально-психологическое состояние молодого человека, оказывает значительное воздействие на его физическое состояние и поведение. Современная техно-рэповая музыка (отметим, это практически 80 % музыки, которая звучит в дискотеках) может вызывать как положительный, так и отрицательный эмоциональный отклик.

Естественно, что дискотека может и должна содействовать углублению музыкальных знаний о различных жанрах и видах музыки, формировать художественно-эстетические вкусы, потребности. Главной же целью дискотеки, о чем свидетельствует практика ее развития, является удовлетворение рекреационно-развлекательных потребностей молодежи. В этом смысле

дископрограммы направлены преимущественно на рекреационные задачи, решаются которые на основе использования всего арсенала выразительных средств современной популярной и рок-музыки во всех ее видах и формах.

Рассматривая дискотеку прежде всего в качестве рекреационно-развлекательной технологии, следует подчеркнуть, что возможности культурно-просветительной, информационно-познавательной деятельности тут достаточно своеобразны и ограничены спецификой форм работы.

Отметим, что в практике учреждений культурно-досуговой сферы существует большое количество форм организации музыкального досуга молодежи, обладающих значительным социально-педагогическим потенциалом в решении музыкально-просветительных задач деятельности, способных удовлетворять интересы молодежи к самым различным жанрам музыки. Это не отменяет социально-воспитательной роли дискотеки, скорее, возрастают требования к уровню психолого-педагогической подготовленности специалистов, обеспечивающих процесс музыкально-дискотечных развлечений молодежи.

Как известно, дискотека получила самое массовое развитие во многих странах, не является исключением ее распространенность и в Беларуси. Практически каждое клубное учреждение Беларуси (как системы Министерства культуры, так и других ведомств, включая коммерческий сектор) предлагает молодежи разные варианты, модели танцевально-развлекательных программ, среди которых дискотечные выступают в качестве наиболее востребованных и притягательных.

Современный этап развития дискотечного движения в Беларуси продолжает во многом традиции музыкально-развлекательной деятельности молодежи 1970–1980-х гг. Дискотека как форма организации музыкального досуга молодежи на протяжении десятилетий пользуется неизменным интересом как со стороны молодежной аудитории, так и специалистов культурно-досуговой сферы.

Анализ деятельности дискотек Беларуси за последние 10 лет позволяет утверждать, что музыкально-развлекательные технологии получают свое дальнейшее развитие в деятельности культурно-досуговых учреждений. Опыт функционирования дискотек подтверждает перспективность и востребованность дискотечных технологий.

В деятельности дискотек наблюдается наличие самого широкого спектра музыкально-развлекательных шоу-программ. Объединение усилий диджеев, хореографов, режиссеров, привлечение эстрадных коллективов, студий, групп различных направлений современной молодежной культуры позволяет расширить организационно-творческие возможности дискотеки. Многие дископрограммы отличаются выразительностью режиссерского замысла, новизной и актуальностью содержания и свидетельствуют о достаточно высоком культурном уровне музыкального развлечения молодежи в регионах их проведения.

В целом в последнее десятилетие в Беларуси наблюдается активизация интереса к различным музыкально-танцевальным проектам и программам под непосредственным влиянием поп-индустрии. Следует отметить, что развитие коммерческого сектора в культурно-досуговой сфере также связано с востребованностью музыкально-развлекательных технологий со стороны молодежной аудитории. Дискотечное движение получило новый импульс к развитию благодаря привлечению финансовых вложений со стороны частного капитала.

Так, в последние десятилетия заметно активизировалась деятельность частных клубных учреждений, дискотечных клубов. Однако одной из наиболее острых проблем, которые сегодня волнуют работников культуры, является несоответствие между пожеланиями молодежной аудитории и реальными возможностями учреждений культуры в организации массового музыкального развлечения.

Практика свидетельствует, что в деятельности современных дискотек накопилось значительное количество проблем, без решения которых трудно представить дальнейшее развитие индустрии досуга, увидеть очертания модели клубного учреждения будущего, его роль в организации музыкального развлечения молодежи и т. д.

Проведенные нами исследования в разных регионах Беларуси (включая и крупные города, и сельские населенные пункты), посвященные анализу деятельности дискотек и дискотечных клубов, свидетельствуют: по-прежнему остается низким художественно-эстетический уровень большинства программ. Остро ощущается нехватка психолого-педагогических и культурологиче-

ских знаний, а также специальных умений у большинства организаторов музыкально-развлекательных программ.

Наиболее сложными, с точки зрения организационно-коммуникационных подходов и правовых норм поведения, являются дискотеки массовые, функционирующие при учреждениях культуры клубного типа. Именно тут собирается разновозрастная аудитория с самым широким кругом ориентиров и требований. Именно эти дискотеки вызывают наибольшую озабоченность со стороны общественности, так как не всегда соответствуют общепринятым нормам цивилизованного отдыха и музыкального досуга (асоциальное поведение, наркомания, злоупотребление спиртными напитками и т. д.).

Данные наших исследований свидетельствуют: молодежь разных регионов Беларуси высказывает недовольство деятельностью клубных учреждений по организации музыкально-развлекательных мероприятий. Современный клуб, по мнению 15–17-летних (так считает каждый третий из числа опрошенных посетителей дискотек), практически не откликается на музыкальные увлечения молодых людей, не реагирует на музыкальную конъюнктуру, не учитывает «формат» современного дискотечного движения.

Разнообразие жанров, стилей и видов массовых музыкальных явлений – реальность, которая требует от организаторов дискотек, диджеев хорошей ориентации, общей осведомленности в отрасли современной музыкальной культуры. К большому сожалению, большинство организаторов музыкальных программ, преимущественно работников культуры, с трудом ориентируются в сплетении течений и ритмов, а это мешает взаимопониманию между молодежью и организаторами клубных мероприятий. Очевидно, значительный объем музыкальной информации, влияние теле-, аудио-, видеопрограмм, быстрая смена моды на исполнителей, диапазон музыкальных интересов молодежи требуют специального изучения, постоянного внимания со стороны работников культуры. Можно однозначно утверждать: клубные работники весьма пассивно реагируют на музыкальные увлечения молодежи.

Вызывает беспокойство низкий уровень аппаратуры и техники, которая используется при проведении дископрограмм. Без совершенной звукоусилительной, звуковоспроизводящей аппаратуры, свето-музыкального, кино-, фотооборудования,

без современных аудио- и видеосредств тяжело достигнуть стабилизации, дальнейшего развития дискотечного движения. Эта проблема, к сожалению, остается одной из наиболее актуальных. Чрезвычайно медленно решается непосредственно органами культуры вопрос об укреплении на местах материально-технической базы дискотек.

Разумеется, названные факторы не содействуют становлению дискотек, усовершенствованию их деятельности, скорее создают в обществе асоциальный, криминальный «портрет» дискотеки.

Наши исследования, проведенные в разных регионах Беларуси на протяжении десяти лет, показывают: дискотечное движение в провинции имеет существенные отличия от диско-центров столицы, областных городов как по форме организации, так и по характеру и способам музыкального развлечения, включаемого в дискотечную программу.

Дискотеки районных городов, деревень объединяют молодежь на основе увлечения современной музыкой, танцами, играми. Наличие своей клубной среды, даже без определенной структурной организации, делает дискотеку притягательной, популярной среди молодежи белорусской провинции. Это не только «группа поддержки», но и круг единомышленников, энтузиастов, которые совместно работают над созданием оригинальных тематических дископрограмм. Их всегда будут объединять возможность творчества, проявление художественно-организационных способностей и сам клубный фон отношений.

Вместе с тем молодежь всегда ищет в дископрограмме «отдыха для головы и активной работы для ног». Дискотека привлекает молодого человека возможностями нерегламентированных контактов и неформальных отношений в своей среде. Музыка дискотеки не только развлекает, но и объединяет в группы, выступает своеобразным консолидирующим средством (к примеру, в группы поклонников панк-рока, поп-соула, техно, диско, хауса и других современных музыкальных стилей).

Можно сделать вывод: влиять на поведение молодежи, подростков, регулировать эмоционально-психологическое состояние, осуществлять функции социального контроля за нормами отношений и взаимодействием в рамках дископрограмм невозможно без знания психологии этого возраста, понимания

сложного комплекса возрастных проблем современной молодежи.

Практика дискотечного движения убедительно показывает, что жизнеспособность современных музыкально-развлекательных проектов, общее состояние «дискотечного дела» определяются прежде всего уровнем профессиональной подготовки специалистов. Постепенно изменяются функции диджея и усложняются требования к его профессиональной деятельности.

В настоящее время функции диджея – арт-менеджер и автор композиций, шоумен и звукорежиссер, социальный педагог и продюсер, социолог и экономист и т. д. Он же специалист в области рекламы и маркетинга, способный разработать музыкальный имидж дископрограммы и позиционировать с привлечением PR-технологий.

Разнообразие жанров, стилей, видов музыкально-массовых явлений – это реальность, требующая от организаторов дискотек и диджеев знаний в области современной музыкальной культуры. Значительный объем музыкальной информации, влияние теле-, аудио-, видеопрограмм, быстрота смены моды на исполнителя, широкий спектр музыкальных пристрастий молодежи – данные вопросы требуют специального изучения работниками культуры, чтобы более быстро и оперативно реагировать на музыкальные увлечения молодого поколения.

С целью совершенствования профессиональной подготовки диджеев шоуменов – МС (эмси), а также организаторов музыкально-развлекательных программ в Беларуси периодически проводятся фестивали диджеев, конкурсы дискотечных программ, отдельные семинары, посвященные проблемам совершенствования музыкально-развлекательных технологий, изучению состояния дискотечного движения, выявлению организационно-творческих проблем в деятельности современных диджеев.

Так, проведенные нами исследования, в которых принимали участие диджеи из разных регионов страны, подтвердили значительный уровень их компетентности и осведомленности по организационно-творческим вопросам деятельности дискотеки, знание современной инфраструктуры музыкального шоу-бизнеса Беларуси. Результаты позволяют говорить о том, что информационно-профессиональный вакуум в этой сфере постепенно преодолевается.

Вместе с тем опрос диджеев и организаторов музыкально-развлекательных программ, принявших участие в работе республиканских семинаров, свидетельствует о наличии резервного пространства для дальнейшего совершенствования организации дискотек в регионах и позволяет обозначить основные направления повышения уровня их профессиональной подготовки.

Основная масса опрошенных диджеев достаточно серьезно относится к решению рекреационно-развлекательных и информационных целей деятельности дискотеки. Выделяет при этом в качестве важнейшей задачи – «окультуривание» молодежной аудитории посредством цивилизованного музыкального развлечения.

Характеризуя уровень информационно-методического обеспечения деятельности дискотеки, лишь 25 % опрошенных определили его как «высокий». Показательно, что 46 % диджеев крайне не удовлетворены информационной базой своей дискотеки. Если учесть, что среди опрошиваемых только 15 % имеют специальное образование в сфере культуры и искусства, то это в определенной мере объясняет причину низкого художественно-эстетического уровня дископрограмм, предлагаемых молодежи в клубных учреждениях. Отметим, 90 % диджеев показали, что самостоятельно разрабатывают сценарную основу всех музыкально-развлекательных программ.

На один из наиболее существенных вопросов относительно состояния развития дискотек в своем регионе были получены следующие ответы:

- очень слабая материально-техническая база – 50 %;
- организаторам дискотек не хватает профессиональных знаний – 48 %;
- очень однотипны дискотечные программы – 48 %;
- очень низкий художественно-эстетический уровень программ – 10 %;
- дискотеки не пользуются популярностью среди молодежи – 10 %;
- дискотеки развиваются активно и согласно современным притязаниям молодежи – 10 %.

Требует специального анализа то обстоятельство, что только 20 % диджеев целиком удовлетворены своей работой, 40 % скорее удовлетворены, чем нет. Достаточно высок процент от-

ветов, свидетельствующих о крайней неудовлетворенности своей работой.

Ответы на вопрос, касающийся причин неудовлетворенности, распределились следующим образом:

- слабая материально-техническая база – 60 %;
- низкая заработная плата – 50 %;
- отсутствие взаимопонимания с руководством – 30 %;
- отсутствие моральных и материальных стимулов в работе – 25 %;
- отсутствие поддержки со стороны молодежи – 15 %;
- не хватает знаний и навыков для выполнения функций диджея – 10 %.

Обобщение опыта проведения семинаров диджеев и организаторов дискотек, к сожалению, показывает недостаточность уровня получаемых знаний и отсутствие возможностей для практического обучения (за пультом, знакомство с современной аппаратурой). Примечательно, что среди участников семинара только 20 % диджеев имели возможность повысить свою профессиональную квалификацию. Остальные участники семинаров выражали крайнюю озабоченность отсутствием реальных возможностей в регионах для профессионального роста и повышения мастерства.

Одна из главных профессиональных задач, стоящих перед специалистами социально-культурной сферы, – не отказывать дискотекам в поддержке, а полнее использовать весь художественно-творческий потенциал, накопленный в деятельности клубных учреждений. Именно это позволит содействовать формированию у молодежи и современных подростков навыков цивилизованного культурного отдыха и содержательного времяпрепровождения.

Как явление молодежной субкультуры, с одной стороны, дискотека выступает своеобразной формой адаптации к нормам, ценностям, образу жизни общества, а с другой – дискотечная «тусовка» способствует формированию новой системы ценностей, морали и т. д. Нельзя не согласиться с мнением, что смысл молодежной субкультуры как раз и заключается в самовыражении и выработке собственного социального статуса, признаваемого окружающими.

В деятельности современной дискотеки находят свое преломление важные социальные вопросы современной молодежи

и, одновременно, сложнейшие культурологические проблемы молодежной музыкальной субкультуры. К сожалению, можно констатировать крайнюю недостаточность специальных исследований, посвященных деятельности дискотек в Беларуси.

Рассуждая о дискотеке как явлении современной музыкально-развлекательной индустрии, необходимо подчеркнуть, что вопрос о расширении коммерческих услуг населению в сфере досуга является одним из наиболее острых для выживания культурно-досуговых учреждений страны в современных социально-экономических условиях.

Таким образом, изучение практики организации дискотек дает почву для следующих выводов: сегодня необходим комплексный подход к изучению социально-культурного феномена дискотеки как одного из перспективных направлений рекреационно-развлекательной деятельности молодежи в различных региональных условиях.

Нельзя не осознавать: развитие дискотечного движения может поспособствовать становлению шоу-бизнеса в Беларуси вообще, так как оно является неотъемлемой частью музыкальной индустрии, диктует спрос на музыкальные стили, ритмы, создает имена исполнителям, дает жизнь новым музыкальным произведениям.

Интенсивно развивающаяся музыкальная индустрия также диктует необходимость все большей дифференциации в процессе подготовки специалистов к деятельности в сфере музыкально-развлекательных технологий. Профессиональная деятельность в музыкально-развлекательной индустрии активно развивается во всем мире, приобретает новое содержание и структуру, общественную значимость, определенным образом влияет на характер и динамику социально-культурных процессов в других формах музыкальной жизни современного общества.

Дальнейшее совершенствование деятельности дискотек в клубных условиях – это также путь к укреплению коммерческо-финансовой базы всей системы государственных учреждений культуры. Но главная цель совершенствования дискотеки как технологии музыкально-развлекательной деятельности – создание условий для более содержательного досуга молодежи и повышения уровня ее рекреационной культуры.

Культурно-досуговая деятельность людей среднего возраста

Сама по себе модель досуга людей среднего возраста 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 деятельности. Многие, 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 учреждения (театры, музеи, филармонии, библиотеки, галереи и пр.) и культурно-досуговые учреждения (дворцы культуры, культурно-развлекательные комплексы, цирки, клубы и пр.) предоставляют большое количество культурных услуг, которые востребованы у людей 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 населения являются активными участниками коллективов любительского художественного творчества – театральных, вокально-хоровых, инструментальных, фольклорных, танцевальных.

Проблема заключается в том, что специалисты культурно-досуговых учреждений не выделяют данную возрастную категорию, не уделяют ей должного внимания. В этой связи необходимо отметить положительный опыт работы с такой аудиторией в соседних странах.

Так, в России в последнее время становятся очень популярными «арт-школы для взрослых», где за короткое время можно самому 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 в последнее время во всем мире возрастает. На их базе можно получить любые же-

лаемые знания, умения и навыки – взрослые люди 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: творческого, оздоровительного, коммуникативного, рекреационно-развлекательного, информационно-познавательного.

Социально-культурные потребности людей среднего возраста в сфере досуга сосредоточены на желаниях отдыха и развлечений (туристические поездки, развлекательные вечеринки, концерты, дискотеки др.), общения (клубы по интересам, праздничные мероприятия, вечера знакомств и др.), познания (образовательные программы, курсы, лекции, мастер-классы и пр.), 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 социальных 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.

Рекомендуется применять ролевые игры для данной возрастной категории. В них обязательно должно быть наличие ролей, которые имеют различные цели, взаимодействие ролей, 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 различных семейных, личностных, трудовых проблем.

Безусловно, организаторы культурно-досуговой деятельности должны учитывать, что досуговые потребности представителей среднего возраста города и деревни разнятся. Это зависит и от общекультурных установок, и от уровня развития культурно-досуговой инфраструктуры города и деревни.

Именно с учетом социально-культурных потребностей и интересов должна строиться организация культурно-досуговой деятельности людей среднего возраста.

Организация культурно-досуговой деятельности людей пожилого возраста

При организации досуга следует учитывать физическое и эмоциональное состояние пожилого человека. Также необходимо отметить, что именно пожилые люди являются одной из самых активных аудиторий культурно-досуговых учреждений (особенно клубных учреждений). Основными потребностями пожилых людей в сфере досуга являются оздоровление, отдых, общение, творчество, познание.

В основном культурно-досуговая деятельность пожилых людей включает следующие виды занятий:

- художественное, техническое, социальное творчество;
- участие в культурно-массовых мероприятиях: конкурсах, фестивалях, народных праздниках;
- физкультурно-оздоровительные занятия;
- познавательные занятия: курсы, кружки, посещение 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 фольклорные 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»; пожилые люди с удовольствием передают свое мастерство детям и подросткам, молодежи.

Пожилых людей следует активнее привлекать к работе детских кружков и студий декоративно-прикладного искусства по месту жительства. Как показывает практика, пожилые люди готовы работать в них на добровольных началах и передавать детям свои умения в лозоплетении, соломоплетении, резьбе по дереву, росписи по ткани, дереву и стеклу, шитье, вязании и пр.

Востребованы среди пожилых людей вечера в кругу друзей, литературно-музыкальные гостиные, клубные объединения на

основе общих интересов. Популярны те программы, которые предполагают встречи, участие пожилых людей в конкурсах и тематических вечерах, располагающих 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 выступать сами пожилые люди. В процессе таких мероприятий могут проводиться мастер-классы, выступления художественных коллективов и индивидуальных исполнителей.

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

Примером организации культурно-досуговой деятельности людей пожилого возраста является Республиканский Дворец культуры ветеранов, предназначенный для удовлетворения духовных интересов и запросов ветеранов войны, труда и Вооруженных Сил. Во Дворце культуры проводятся культурно-досуговые мероприятия: праздники (День пожилых людей, Рождественская программа для ветеранов, День защитников Отечества и Вооруженных Сил, День Победы), вечера отдыха, занятия в коллективах народного творчества, оздоровительной гимнастикой, танцевальных программах.

Во всех дворцах и домах культуры, сельских клубах 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.), организовываются курсы декоративно-прикладного искусства (вязания, изготовления сувениров, соломоплетения, лозоплетения, росписи по дереву и пр.), проводятся конкурсы, танцевальные вечера, народные праздники, фестивали и пр. 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 пр.), 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.

Мероприятия, проводимые для людей старшего поколения, отличаются разнообразием форм. Стали традиционными посиделки и литературно-музыкальные вечера (дни поэзии, вечера романса), «Рождественские посиделки», концерты – поздравления ко Дню пожилого человека и Дню матери, конкурсные программы «А ну-ка, бабушки!» и «А ну-ка, дедушки!». Пенсионеры показывают свои способности в кулинарных шоу и кулинарных праздниках, а спортивные таланты – в спортивно-развлекательных программах.

Особый интерес вызывает такая форма культурно-досуговой деятельности, как тематическая «гостиная»: музыкальная, поэтическая, литературно-музыкальная. Приветливость, коммуникабельность, умение вести оживленный диалог со зрителями и участниками – вот основные профессиональные требования к ведущим «гостиных». Программы «гостиных» могут включать концертные выступления, небольшие лекции, литературные чтения, диспуты.

С возрастом растет интерес к таким клубным мероприятиям, как концерты, театрализованные праздники и обряды. С удовольствием пожилые люди приходят на вечера, посвященные юбилейным датам. Становятся популярными вечера отдыха для пожилых «Караоке-шоу» и «Ретро-вечеринка». Один из основных мотивов, побуждающих пожилых людей посещать клубы, заключается в стремлении войти в коллектив близких по жизненному опыту людей.

Одиночество в пожилом возрасте – весьма нередкое явление. Поэтому необходима организация такого содержательного досуга, в рамках которого реализуется потребность пожилого человека в коллективе. Не случайно многие пенсионеры высказываются за создание клубных объединений, основанных на возрастной общности.

Общение с равными по возрасту пожилые люди ценят весьма высоко: ведь только сверстник может понять те проблемы, которые возникают в этом возрасте. Клубы могут предоставлять пожилым людям возможности для разнообразного общения, поездок на природу, совместных занятий физкультурой, обмена опытом по воспитанию, занятий творчеством, кулинарией, рукоделием и т. д. Например, создаются клубы на основе общности политических, нравственных и социальных интересов, объединяющие ветеранов и ведущих широкую работу среди детей и подростков.

Создаются также клубы и объединения просветительного и художественно-творческого направления, которые выходят за рамки внутриклубной работы на более широкую аудиторию. Члены этих клубов читают лекции в школах, работают с молодежью по месту жительства, благоустраивают территории, выезжают в сельскую местность с концертами и музыкально-литературными программами.

Особого внимания заслуживает арт-терапия для пожилых людей. Данное направление нацеливается на преодоление социальной изоляции, повышение самооценки пожилого человека, признание его ценностей, реализацию им своего творческого потенциала. Проводится арттерапевтическая работа в виде музыкальной, игротерапии, библиотерапии, изотерапии и т. д. На сеансах арт-терапии происходит активизация творческих сил, выброс негативных чувств через эмоции.

Особенно популярными среди пожилых людей в последнее время стали такие тематические проекты и программы, как: музыкально-танцевальные программы «Мелодии прошлых лет»; литературно-музыкальные вечера о творчестве поэтов, писателей, музыкантов; конкурсno-игровая программа для семейных пожилых пар «Две звезды»; проекты «Бабушкин сундук» – организация выставок старинных фотографий, писем, книг, одежды и предметов быта; тематические вечера о традициях и образе жизни давних лет; дни пожилых людей (с орга-

низацией юридических и психологических консультаций, встреч с интересными людьми и специалистами и пр.); тематический проект «Мы вместе», нацеленный на совместную культурно-досуговую деятельность пожилых людей и их семей; тематические проекты семейных династий «Под крышей дома моего»; фотоконкурсы «Мой край», «Моя династия»; тематические благотворительные акции «Ветеран», «Мы помним», «Забота», «Милосердие» (акции проводятся для того, чтобы привлечь внимание жителей к проблемам ветеранов Великой Отечественной войны); информационно-просветительные мероприятия – «Истории из сундука»; «Игры и традиции нашего села»; развлекательные программы – «Песни нашей молодости», «Песни нашего села», «Мода нашей юности», «В гости к куме (куму)», «Наши любимые мелодии»; конкурсно-игровые программы («Супербабушка») и др.

Досуговые любительские объединения предлагают пожилым людям активный образ жизни, дают возможность создавать 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 должны идти от характера 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.

Семья как объект и субъект культурно-досуговой деятельности

Основные направления организации культурно-досуговой деятельности семьи:

– развитие семейного художественного творчества: семейные коллективы любительского творчества, клубы, фестивали,

смотри, 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, парках, арт-пространствах и пр.;

- культурно-образовательные программы: семейные «брейн-ринги», участие в мастер-классах, творческие вечера и 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:

- 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 популярные формы семейного досуга: 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; «Клуб выходного дня», «День семейного отдыха», в программу которых входят мероприятия для всех членов семьи: для сов-

местного 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, стилистов, психологов и др. Проводятся 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. Рекомендуется 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, квестовые игры.

Также не следует забывать и о семьях пожилых людей. Для них можно проводить конкурсные программы («А ну-ка, бабушки», «Мудрость веков», «Супердедушка», «Суперсемья»), чествования семей-юбиларов, 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.

Семейные клубы как форма организации культурно-досуговой деятельности

Специалисты по вопросам семьи и брака утверждают, что благополучие и счастье человека, его духовное и физическое здоровье, активность в производственной деятельности, успехи в воспитании детей во многом зависят от нравственно-психологической обстановки в семье, уровня культуры семейной жизни, организации досуга.

Семейные клубы сегодня называются учеными наиболее перспективными формами досуга. Совместный отдых, общественно-полезный труд, общее увлечение членов семьи искус-

ством, наукой, спортом или закаливанием дают возможность решения многих воспитательных, демографических, нравственных и социально-психологических проблем, назревших в обществе.

Создание различных семейных клубов (вступающих в брак, молодоженов, родительских объединений, которые бы давали возможность совместного отдыха и общения детей и родителей) является, таким образом, одной из важнейших задач, стоящих перед культурно-досуговыми учреждениями.

Изучение опыта работы клубов молодой семьи позволяет сделать вывод о том, что большинство мероприятий, проводимых этими клубами, соответствует следующим направлениям (рубрикам):

- Любовь – брак – семья.
- Отношение друг к другу, или Интимный мир семьи.
- Семейный бюджет и ведение домашнего хозяйства.
- Культура питания и основы кулинарного мастерства.
- Квартира и ее ремонт.
- Здоровье, внешность и уход за собой.
- Одежда и мода.
- Отношения с родственниками.
- Дети и их воспитание.
- Друзья и культура общения.
- Организация семейного отдыха.

Любовь – брак – семья. Это направление работы клубов молодой семьи, как правило, представлено в их деятельности различными лекциями и беседами, диспутами на юридические, философские, нравственные темы. Например: «Брак и семья в современном социуме», «Семья в зеркале социологии», «Ранние браки», «Причины разводов», «Брак и начало семейной жизни», «Из истории семьи и брака» и др.

При клубе молодой семьи иногда организуется лекторий под общим названием «Школа молодых супругов», «Брак и семья». Одна из наиболее популярных форм работы в клубах молодой семьи – это беседы, встречи со специалистами по вопросам семьи и брака. Проводятся беседы по таким темам: «Закон и семья» – беседа с юристом; «Роль женщины в семье» – беседа с социологом, «Религиозные обряды и их влияние на семейные отношения» – встреча с философом и др.

В практике клубом молодых супругов могут быть представлены такие формы работы по данному направлению, как диспуты и дискуссии: «Что значит легкомысленный брак?», «Бывают ли идеальные супружеские пары?», «Почти женат... почти холост?», «Семейное счастье...» и др. Проводятся в клубах и вечера встреч с серебряными юбилярами, многодетными семьями; вечера-портреты, вечера-чествования лучших семей. Специальная рубрика «Почтовый ящик клуба» поможет в проведении вечеров ответов и вопросов.

Отношение друг к другу, или Интимный мир семьи. Кроме лекций, бесед, встреч и вечеров это направление работы клубов может быть представлено практикумами для молодоженов. Например, практикумы для супругов «Наука быть семьянином», «Азбука для двоих»; циклы бесед по психогигиене семейной жизни «Учитесь властвовать собой», «Искусство семейной жизни» и т. д. Большой популярностью пользуются в клубах молодой семьи встречи с психологами, сексологами, медиками, педагогами: «До и после свадьбы», «Семейные кризисы», «Заповеди семейных отношений», «Нужен ли в семье лидер?», «Много шума из ничего, или Как избежать конфликтов», «Экзамен на человечность» и др.

Семейный бюджет и ведение домашнего хозяйства. Это направление в деятельности клубов молодой семьи представлено в основном лекциями и беседами экономистов, социологов. Иногда целесообразно проведение деловых игр: «Как спланировать семейный бюджет», «Разработка семейной приходно-расходной книги» и др. Можно предложить дискуссии по проблемам экономики семьи: «Что значит жить по средствам?», «Что значит жить экономно?» и т. п.

Культура питания и основы кулинарного мастерства. Это направление работы представлено встречами со специалистами: поварами, кулинарами, кондитерами и т. д.; конкурсами на лучшую хозяйку, практическими занятиями по приготовлению пищи.

Квартира и ее ремонт – в программах деятельности клубов молодой семьи может быть представлено рядом тем, связанных с проблемой квартиры: «Современная квартира и ее интерьер», «Что нужно знать о ремонте квартиры», «Как подобрать мебель для жилой комнаты». В некоторых клубах молодой семьи существует постоянная рубрика «Сделай сам». На консульта-

ции приглашаются художники-дизайнеры, специалисты по оформлению быта, работники строительных организаций.

Здоровье, внешность и уход за собой. Это направление работы клубов включает следующий круг вопросов: «Что нужно знать о здоровье?», «Как быть красивым?», «Тайны косметики», «Все о закаливании» и т. д. Темы встреч и бесед со специалистами могут быть разными, но в центре внимания остаются вопросы здоровья молодоженов.

Одежда и мода. Консультации модельеров, закройщиков, искусствоведов чередуются с организацией встреч с работниками ателье, демонстрацией моделей одежды. Иногда при клубах молодой семьи создаются секции вязания, умелые руки, курсы кройки и шитья. Отдельные программы или заседания членов клубов могут быть посвящены вопросам стиля и вкуса в одежде.

Дети и их воспитание. Это направление представлено, к сожалению, в клубах молодой семьи не очень широко. В основном это лектории для молодых родителей, практикумы по воспитанию, обмену опытом общения с детьми, проведение дней семейного отдыха, родительских конференций.

Друзья и культура общения. В программах работы многих клубов молодой семьи вопросам этикета, культуры общения уделяется достаточно внимания. Проводятся беседы о правилах хорошего тона, об этике и этикете. Вечера: «Будем знакомы – будем дружить», «Дерево сильно корнями, а человек – друзьями», «Встреча в кругу друзей» и т. д.

Как организовать семейный клуб? Название клуба должно обязательно отвечать содержанию деятельности и цели создания. Можно рекомендовать следующие названия: «Верность», «Ты и я», «Доверие», «Согласие», «ДОМ» (добровольное объединение молодоженов), «Радуга», «Аист», «Здоровая семья» и т. д. В названиях заседаний клубов важно подчеркивать содержание мероприятия для того, чтобы не просто привлечь внимание аудитории, но и сформировать определенное настроение, подготовить заинтересованного участника. Удачно определенное название мероприятия, верно выбранная форма проведения, интересно и содержательно оформленные афиша и абонемент – все это создает благоприятную атмосферу как для организаторов, так и для аудитории.

В названиях мероприятия и встреч могут обыгрываться половицы, поговорки, строчки из популярных песен, привычные словосочетания. Например: «В здоровом теле – здоровый дух», «Не красна изба углами, а красна пирогами» (конкурс на лучшую выпечку праздничного пирога), «Милые бранятся – только тешатся» – беседа о семейных конфликтах и причинах их возникновения, «Что может быть полезней, чем шутка или смех?» – вечер юмора и сатиры.

Названия рубрик и темы заседаний, мероприятий могут варьироваться по аналогии с радио или телепередачами, газетными и журнальными рубриками: «До и после брака», «Вокруг семьи», «О технике семейной безопасности», «Советы клубной няни», «Семейный взгляд».

В арсенале форм и методов работы семейных клубов присутствуют такие мероприятия, как: «Бенефис семьи», «Выставка достижений домашнего хозяйства», двух-, трехдневные загородные фестивали, спортивные состязания («Мама, папа, я – спортивная семья!», «Всей семьей на старт»), семейные посиделки у самовара, конкурсы на лучшие «фирменные» блюда семьи, вечера («Семейные мемуары», «Юмор в коротких штанишках», «У семейного альбома»), дансинги семейного клуба, вечера полезных советов, ролевые игры, семейные ралли, «ситцевые», «деревянные», «фарфоровые» и др. юбилеи супругов, творческие праздники («Мир твоих увлечений»), конкурсы («А ну-ка, муж!», «Мы и наши дети», «Ода профессии мужа», «В гостях у бабушки»), турниры прекрасных дам, конкурсы на лучшее стихотворение, поздравление к празднику, эмблему клуба, всевозможные выставки («Это вы можете») и т. д.

Каждый семейный клуб формируется по-разному: по инициативе самих молодоженов, на основе постоянно действующих лекториев, на базе трудового коллектива или коллектива любительского творчества и т. д. Благоприятные условия для создания клубов молодой семьи складываются в высших и средних специальных учебных заведениях, малосемейных общежитиях, молодежных жилищных комплексах.

Созданию клубов молодой семьи способствует работа комиссий содействия семье и школе при промышленных предприятиях. Такие комиссии изучают проблемы семейной жизни и воспитания детей, выпускают ежемесячные бюллетени «В помощь семье», организуют лектории для молодоженов.

Если клуб молодой семьи создается при культурно-досуговом учреждении, то его мероприятия, направленные на формирование клуба, должны проводиться периодически, иметь постоянного ведущего или несколько постоянных организаторов (актив). Целесообразно повторять отдельные рубрики в мероприятиях, что поможет выявить круг проблем, интересующих аудиторию. При разработке абонементов и приглашений билетов желательно наиболее полно характеризовать мероприятия, тем самым формируя больший интерес к кругу проблем, поднятых в программе. Не забывать указывать статус специалистов, приглашаемых на встречи, так как доверие к компетенции и знаниям специалистов способствует неформальному общению и обмену мнениями.

При формировании устойчивого интереса у молодежной аудитории к проблемам молодой семьи, при проведении мероприятий по вопросам семейно-брачных отношений необходимо выявлять наиболее заинтересованную часть аудитории, инициативные супружеские пары. Почвой для создания объединений могут служить циклы мероприятий единой тематической направленности, если организаторы принимают меры по закреплению аудитории, т. е. используют благоприятные ситуации для привлечения к совместной досуговой деятельности людей со сходными увлечениями и интересами.

Изучить потребности, направленность интересов и пожелания, круг проблем, волнующих молодые семьи, можно с помощью анкеты. Анкетирование целесообразно провести в одну из первых встреч, чтобы впоследствии при планировании и организации работы опираться на полученные данные.

Эффективной работе любительских семейных клубов поможет умелая координация деятельности всех заинтересованных государственных и общественных организаций, занимающихся проблемами молодой семьи, формированием культуры семейно-брачных отношений.

Вопросы для самопроверки

1. Назовите основные субъекты и формы организации культурно-досуговой деятельности детей и подростков.
2. В чем заключается особенность организации культурно-досуговой деятельности современной молодежи?
3. Охарактеризуйте дискотеку как форму музыкального досуга молодежи.
4. Каковы социально-культурные потребности людей среднего возраста в сфере досуга и формы их удовлетворения?
5. Перечислите наиболее действенные формы организации культурно-досуговой деятельности пожилых людей.
6. Охарактеризуйте основные направления организации культурно-досуговой деятельности семьи.
7. Раскройте значимость семейного клуба как формы организации культурно-досуговой деятельности.

Рекомендуемая литература

1. *Апажихова, Н. В.* Социально-педагогические подходы к организации досугового пространства подрастающего поколения / Н. В. Апажихова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 1-2 (023-024). – С. 305–309.
2. *Бирюкова, Т. П.* Роль рекреационной деятельности в организации досуга молодежи / Т. П. Бирюкова // Культура: открытый формат – 2012 (библиотекведение, библиографведение и книговедение, искусствведение, культурология, музееведение, социокультурная деятельность) : сб. науч. работ / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2012. – С. 245–250.
3. *Герасимова, И. А.* Досуговые предпочтения современной молодежи: социально-культурный анализ / И. А. Герасимова // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 3 (59). – С. 128–133.
4. *Грушецкая, И. Н.* Особенности организации молодежного досуга / И. Н. Грушецкая // Вестник Костромского государственного университета им. Н. А. Некрасова. Сер.: Педагогика. Психология. Социальная работа. Ювенология. Социокинетика. – 2012. – Т. 18, № 1-2. – С. 164–166.
5. *Ерофеева, О. Г.* Теоретико-методологические основы проблемы исследования культурно-досуговой деятельности

школьников/ О. Г. Ерофеева // Бизнес. Образование. Право. – 2013. – № 2 (23). – С. 92–94.

6. *Ильюшенко, Н. С.* Молодежь и свободное время: трансформация досуговой деятельности / Н. С. Ильюшенко // Молодежь в зоне риска: социально-культурные основы профилактики пьянства и алкоголизма: коллект. моногр. / под ред. О. А. Павловской. – Минск, 2015. – С. 78–88.

7. *Исаева, Ю. А.* Досуговая педагогика / Ю. А. Исаева. – М.: Флинта, 2010. – 31 с.

8. *Каменец, А. В.* Культурно-досуговая деятельность подростков и молодежи: учеб. пособие / А. В. Каменец [и др.]; науч. ред. А. В. Каменец. – М.: РГСУ, 2010. – 203 с.

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

10. *Козловская, Л. И.* Проблемы организации досуга семьи в условиях агрогородка / Л. И. Козловская // Культура: открытый формат-2014 (библиотекведение, библиографведение и книговедение, искусствведение, культурология, музееведение, социокультурная деятельность): сб. науч. ст. / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2014. – С. 295–301.

11. *Макарова, Е. А.* Дискотека в структуре музыкального досуга молодежи / Е. А. Макарова // Фундаментальні та прикладні дослідження рекреаційно-дозвілової сфери в контексті євроінтеграційних процесів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 12–13 трав. 2008 р.). – Київ, 2008. – С. 200–206.

12. *Мойсейчук, С. Б.* Формирование досуговых компетенций молодежи в информационном обществе / С. Б. Мойсейчук // Науковий пошук у сфері сучасної культури і мистецтва: матеріали наук. конф. Мінск, 28 лист. 2014 г. / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мистецтваў. – Мінск, 2016. – С. 164–167.

13. *Омельченко, Е.* Молодежные культуры и субкультуры / Е. Омельченко. – М.: ИСРАН, 2000. – 261 с.

14. *Опарина, Н. А.* Культурно-досуговая деятельность младших школьников / Н. А. Опарина, И. С. Байдалинова // Начальная школа. – 2016. – № 6. – С. 47–48.

15. Остапенко, Н. А. Культурно-досуговая деятельность в системе социальной реабилитации пожилых людей / Н. А. Остапенко // Социальная работа в современном мире: взаимодействие науки, образования и практики : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 27–28 нояб. 2014 г. – Белгород, 2014. – С. 246–249.

16. Рогачева, О. В. Досуговая деятельность как фактор педагогической коррекции негативных эмоциональных состояний младших школьников / О. В. Рогачева // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2013. – № 1 (19). – С. 84–90.

17. Строков, К. В. Приоритеты молодежи в проведении свободного времени / К. В. Строков // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2013. – № 2 (118). – С. 115–119.

18. Урбанович, Н. М. Досуговые потребности граждан пожилого возраста / Н. М. Урбанович // Культура: открытый формат-2013 (библиотековедение, библиографоведение и книговедение, искусствоведение, культурология, музееведение, социокультурная деятельность) : сб. науч. ст. / Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2013. – С. 405–408.

19. Харламова, В. А. Культурно-досуговая деятельность как средство формирования нравственно-патриотических качеств у детей старшего школьного возраста / В. А. Харламова // Дошкольное образование: опыт, проблемы, перспективы развития. – 2016. – № 2 (9). – С. 83–89.

2.2. ДРАМАТУРГИЯ И РЕЖИССУРА В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Будучи важной частью технологии культурно-досуговой деятельности, драматургия культурно-досуговых программ представлена во всем многообразии ее форм. Прежде всего остановимся на классификации форм организации досуга как более широком по сравнению с формами культурно-досуговых программ понятии.

В основу классификации ученые и практики предлагают положить следующие критерии:

- степень устойчивости воспитательного воздействия (*эпизодические и стабильные формы досуга*);
- широта участия в культурно-досуговой деятельности (*индивидуальные, групповые, массовые формы досуга*);
- специфика субъекта организации досуга (*формы деятельности клубного учреждения, парка культуры, библиотеки, театрально-зрелищных, спортивно-оздоровительных, развлекательно-игровых учреждений и т. п.*);
- особенности объекта культурно-досугового воздействия (*дети, молодежь, пенсионеры, самодеятельное население и т. д.*);
- полнота реализуемых в досуговой деятельности функций (*моnofункциональные, диафункциональные, комплексные*).

Форма культурно-досуговой программы – это угол зрения сценариста на исследуемую проблему, структура, образуемая на основе организации сценарного материала и аудитории с использованием разнообразных выразительных средств. Выбранная форма культурно-досуговой программы активно влияет на отбор ее содержания, на способ организации драматургического материала, поскольку именно она должна наилучшим образом раскрыть сценарный замысел, эмоционально подготовить зрителя для восприятия происходящего.

Поскольку культурно-досуговые программы являются важнейшей составляющей технологии культурно-досуговой деятельности, в широком смысле их можно классифицировать по такому критерию, как функции досуговой деятельности, которые объединим до двух основных.

1. *Информационно-развивающая, просветительная функция (информационный тип содержательного досуга)* включает в себя организацию и направление познавательной активности личности, распространение общественно-политической информации, гуманитарных и естественнонаучных знаний. Реализации данной функции способствуют такие формы культурно-досуговых программ, как беседы, лекции, встречи, информационно-дискуссионные программы (диспут, дискуссия, круглый стол), а также сравнительно новая форма – презентация.

2. *Рекреационно-компенсаторная, коммуникативная функция* определяется деятельностью по восстановлению физических и духовных сил, организации полноценного отдыха и активных досуговых занятий через расширение индивидуальной жизненной среды – другими словами, организованное обще-

ние. Наиболее эффективно реализация данной функции возможна в таких формах культурно-досуговых программ, как:

- разнообразные театрализованные формы (литературно-музыкальная композиция, театрализованный концерт, шоу-программа, театрализованное представление, капустник, карнавал, праздник, фестиваль и т. п.);

- зрелищно-игровые досуговые программы (конкурсно-развлекательная программа, сюжетно-игровая программа, КВН, «Что? Где? Когда?» и т. д.).

Следует отметить, что представленная классификация весьма условна, поскольку каждая из перечисленных форм досуговых программ при профессиональной сценарной и режиссерской разработке всегда будет многофункциональна, что обеспечит реализацию неисчерпаемого потенциала досуга для внутреннего развития личности во всей его многовекторности.

Творческий процесс постановки культурно-досуговой программы, как правило, является двуединым, поскольку ее автор выступает не только в качестве сценариста, но и режиссера-постановщика, а литературная и режиссерская линии взаимодополняются. Режиссер культурно-досуговых программ – своеобразный посредник, переводчик «словесных» отношений, заложенных в литературном сценарии, в систему зрелищной сценической образности. Другими словами, задача режиссера – увидеть сказанное, услышать зримое.

Эта особенность и определяет весь алгоритм технологии создания досуговой программы, который представляет собой последовательную реализацию следующих этапов:

- четкое осмысление идейно-тематического замысла программы ее автором и стремление донести его до потенциальной аудитории;

- выбор адекватной замыслу формы досуговой программы (информационно-дискуссионная программа, тематический вечер, театрализованный концерт, театрализованное представление, конкурсно-развлекательная программа, сюжетно-игровая программа, шоу-программа, праздник, фестиваль и т. д.);

- создание организационно-педагогических и художественно-творческих условий для воплощения сценарного и режиссерского замыслов программы, в первую очередь это формирование творческого коллектива единомышленников;

- определение содержания и драматургического построения досуговой программы, соответствующего ее сценарному замыслу и режиссерской сверхзадаче;
- определение режиссерской концепции программы;
- органическое соединение всех средств художественной выразительности и постановочных приемов, обеспечивающих единый познавательный, ценностно-ориентационный и коммуникативный процесс в сценическом воплощении досуговой программы;
- выбор приемов активизации аудитории;
- разработка творческо-технической документации (режиссерская партитура, световая партитура, звуковая партитура и т. п.);
- организация репетиционного процесса, а именно: застольных, планировочных, монтажных, прогонных и генеральных репетиций;
- анализ проведенной программы.

Рассмотрим подробнее основные технологические этапы драматургической (сценарной) разработки и постановки (режиссуры) культурно-досуговых программ.

Как отмечалось, процесс создания культурно-досуговой программы является двуединым, поэтому ее сценарий представляет собой особый словесный текст, своеобразный перевод, осуществляемый с языка словесного вида искусства на язык аудиовизуального зрелищного искусства. Будучи драматургической основой культурно-досуговой программы, сценарий «фиксирует» предстоящее единое драматургическое действие во всем объеме выразительных средств.

Сценарий культурно-досуговой программы – это подробная литературная разработка драматургического действия, предназначенного для постановки на сценической площадке, на основе которого создаются различные формы культурно-досуговых программ.

Драматургия культурно-досуговой программы (сценарий) имеет общие черты с другими видами драматургических искусств (театр, кинематограф, радио, телевидение), а именно обязательное наличие в нем:

- единого драматургического действия;
- сюжетного хода и событийного ряда;
- конфликта как «диалога действий»;

- продуманной и выстроенной композиционной структуры;
- жанрового разнообразия (в культурно-досуговых программах – разнообразие форм).

Таким образом, сценарий культурно-досуговой программы является в широком смысле слова драматургическим произведением, а работа над ним – драматургическим творчеством. Однако клубная драматургия имеет свои неповторимые специфические особенности, поскольку представляет не только художественную ценность, но и является программой педагогического воздействия на аудиторию.

Специфические черты сценария культурно-досуговой программы наиболее ярко обнаруживают себя в сравнении с пьесой как драматургической основой театрального искусства. Так, творчество драматурга носит индивидуальный характер, тогда как сценарная работа может быть как индивидуальной, так и коллективной. Более того, создание пьесы – всегда оригинальное авторское творчество. Сценарий же культурно-досуговой программы – это монтажное соединение литературно-художественных, документальных, кинематографических произведений других авторов.

Театральная пьеса – это всегда художественный вымысел, вторая реальность со своим художественным образом, драматургия культурно-досуговых программ – всегда соединение «фактов жизни» и «фактов искусства», информационного и зрелищного компонентов монтажным методом. Единое драматургическое действие в сценарии обеспечивается не столько поступками и действиями персонажей, а всем многообразием средств художественной выразительности (поэтическое слово, звук, музыка, свет, пластические композиции, видеоряд и др.). Из этой особенности вытекает следующая черта. Задача сценариста культурно-досуговой программы – создать наиболее эффективное интеллектуальное, эмоциональное и педагогическое воздействие на аудиторию, а не просто произведение драматургического искусства как художественную ценность.

Сценарий пишется для конкретного зрителя, и организация общения «закладывается» автором в структуру сценария, используя приемы активизации аудитории культурно-досуговой программы. В качестве специфической черты необходимо выделить и разнообразие мест и площадок для постановки культурно-досуговой программы – от домашней комнаты до стади-

онов и улиц городов. Место в данном случае – это не только пространство, но и конкретная аудитория, на которую надо воздействовать.

И, наконец, главное. Сценарий культурно-досуговой программы разрабатывается не для читателя, а для режиссера. Более того, сценарист и режиссер в клубной практике, как правило, выступают в одном лице, поэтому литературная (драматургическая) основа сценария всегда содержит в себе элементы режиссерской разработки.

Творчество сценариста начинается с определения замысла как системы его художественных утверждений и оценок, эмоционально-ценностных ориентаций, отраженной в теме и идее. Замысел нередко сравнивают с архитектурным проектом в строительстве, в котором предусмотрен целостный образ всего сооружения и соотношение его отдельных частей, расчеты несущих конструкций. Обобщая различные подходы к определению замысла, мы характеризуем его как задуманное автором (сценаристом, режиссером) построение программы, включающей в себя разработку основной мысли (темы, идеи) и элементы творческого процесса ее воплощения.

В замысле культурно-досуговой программы присутствует не только личность сценариста, его видение мира, но и конечное звено творческого процесса – зритель, аудитория. «Творчество – это процесс... отчуждения замысла от художника и передачи его через произведение читателю, зрителю, слушателю» (Ю. Б. Борев, российский филолог, философ). Таким образом, в основе сценарного замысла культурно-досуговой программы прежде всего лежит ее тема и идея.

Тема (греч. *théma* – то, что положено в основу) – это объект художественного изображения, круг жизненных явлений, отображенных писателем или художником и спаянных воедино авторским замыслом. Тема – это те жизненные характеры, ситуации, которые как бы переходят из реальной действительности в художественное произведение.

В. И. Даль определяет тему как: «положение, задача, о коей рассуждается или которую разъясняют». Другими словами, тема культурно-досуговой программы – это круг жизненных явлений, вопросов, проблем, которые волнуют автора и аудиторию, причем наиболее актуальных и художественно осмысленных.

Выбор темы досуговой программы определяется мироощущением автора сценария, его жизненными ценностными ориентациями, теми явлениями и связями, которые он считает наиболее важными. Тема требует своего последовательного сценического воплощения, т. е. организации драматургического действия, в процессе которого с помощью разнообразных средств художественной выразительности зритель подводится к ее оценке, а через нее к формированию своей личной позиции.

Тема неразрывно связана с идеей драматургического произведения, которая характеризуется как его содержательно-смысловая целостность и продукт эмоционального переживания и освоения жизни автором. Однако идея не может быть сведена лишь к главной авторской мысли. Она – ракурс, точка зрения автора на «факты жизни». Анализ заложенной в сценарии проблемы, обнаружение и разрешение конфликта – это активный динамичный процесс движения авторской мысли, поскольку именно через ракурс как начальную точку художественного мышления автором сценария будет отбираться и соединяться драматургический материал, работающий на художественное исследование проблемы.

Таким образом, тема и идея – смысловой стержень, который держит драматургический каркас сценария культурно-досуговой программы. Именно этот смысловой стержень драматургической конструкции программы диктует выбор ее формы.

Не следует забывать, что характер сценария культурно-досуговой программы предполагает, что автор выступает не только в качестве сценариста, но и режиссера-постановщика, т. е. литературная и режиссерская линии взаимодополняют друг друга, что находит свое отражение в основных этапах работы над сценарием.

Первый этап «открытия», реализации замысла – создание сценарного плана.

Сценарный план – это структурно-драматургическая основа, набросок композиционного построения сценария с определенным автором идейно-тематическим замыслом и характеристикой аудитории. Это – *общее видение* будущей досуговой программы, ее основных эпизодов, номеров внутри эпизода и характер их чередования.

Нетрудно сделать вывод, что сценарный план – не что иное, как обобщенное выражение композиционной структуры досу-

говой программы, в котором отчетливо проступает конструктивная мысль автора. Дальнейшие этапы творческого процесса призваны обеспечить непрерывность развития драматургического действия. Отметим также, что при последующих этапах сценарной работы закономерно наличие существенных корректив, связанных в первую очередь с литературным оформлением материала.

Следующий этап – написание литературного сценария.

Литературный сценарий – это подробная литературная разработка идейно-тематического замысла с полным текстом, описанием места и времени действия, сценографии, музыкального и светового оформления, сюжета хореографических и пластических композиций, иных средств художественной выразительности. На этом этапе уточняются общая структура и динамизм драматургического действия, темпоритм программы.

Заключительный этап сценарной работы – составление монтажного листа (или рабочего сценария).

Монтажный лист представляет собой режиссерскую партитуру культурно-досуговой программы, в которой точно расписаны все компоненты каждого эпизода и номеров внутри эпизода, а также выразительные средства их обеспечения. Это конечное, интегрированное выражение всех предшествующих этапов сценарной работы. Без большой предварительной работы не может быть четкого, а самое главное – реально осуществимого монтажного листа.

В графическом изображении монтажный лист – это таблица, состоящая из следующих граф:

1. Номер по порядку. Нумерация необходима при проведении монтировочных репетиций, когда все службы постановочной части в общении между собой пользуются цифровыми обозначениями.

2. Эпизод. Его название должно точно соответствовать названию в литературном сценарии.

3. Занавес.

4. Номер и исполнитель (-ли).

5. Содержание текстов, звучащих со сцены или за сценой (тексты ведущих).

6. Микрофоны.

7. Музыкальное и звуковое сопровождение.

8. Свет.

9. Видеоряд (кино-, видеоматериалы, мультимедийные презентации и т. п.).

10. Сценография номера.

11. Бутафория и реквизит.

12. Хронометраж номера.

13. Примечания.

Монтажный лист как режиссерская партитура, в которой содержатся задания всем службам во время проведения культурно-досуговой программы, необходим тем, кто обеспечивает ее техническое сопровождение, а именно звукорежиссеру, режиссеру по свету (осветителям), режиссеру по видео, помощникам режиссера, рабочим сцены.

В учебнике под редакцией академика А. Д. Жаркова и профессора В. М. Чижикова «Культурно-досуговая деятельность» (параграф «Сценарный замысел в культурно-досуговой программе») расширен творческий процесс работы над сценарием культурно-досуговой программы и вычленены ее следующие этапы:

- отклик на «социальный заказ» общества, сбор и поиск материала;

- план творческой деятельности. Определение тематической основы будущего сценария, изучение предполагаемой аудитории, постановка педагогических задач;

- кристаллизация плана, обрастание содержательным материалом, поиск дополнительных фактов, уточнение событий, явлений, поиск реальных героев и работа с ними и над документами;

- творческие импровизации и вариации при отборе художественного материала;

- выбор формы, обоснование конфликта, поиск сюжета или сюжетного хода, образной выразительности;

- работа над композицией сценария, отбор приемов активизации зрителей, постановка и поиск решения организационных вопросов;

- доработка и реализация замысла в одной из форм сценарной записи;

- окончательный отбор выразительных и изобразительных средств для воплощения замысла.

Работа режиссера по постановке разнообразных форм культурно-досуговых программ после написания литературного

сценария продолжается осмыслением и воплощением замысла в режиссерском сценарии, который содержит в себе режиссерское решение, конкретные художественные приемы постановки самого процесса сценического действия и использования средств художественной выразительности (свет, цвет, музыкально-шумовое решение, видеоряд, сценография, пластические и хореографические композиции).

Вообще, режиссура в культурно-досуговой деятельности – это организация зрелищной стороны культурно-досуговой программы путем специального, продуманного использования средств художественной выразительности, направленного на раскрытие авторского замысла, а также на активное идейно-эмоциональное воздействие на аудиторию. Более того, в первую очередь – это режиссура *аудитории*.

Если вспомнить специфику сценария культурно-досуговых программ, то природа драматургического действия в нем основана на художественной коммуникации между участниками программы и аудиторией. Процесс восприятия личностью культурно-досуговой программы является завершающим этапом технологического процесса, его результативной частью.

В психологии принято выделять два вида восприятия: восприятие с преобладанием познавательной направленности и восприятие с преобладанием эмоционально-оценочного отношения к действительности.

Однако следует отметить, что соотношение познавательной и эмоционально-оценочной направленности восприятия может быть многовариантным. Восприятие захватывает одновременно область чувств и разума, а эффективность воздействия на эмоциональную и рациональную сферы во многом определяется как степенью и характером самого воздействия, так и присутствием объективных и субъективных факторов, конкретной ситуацией. В числе субъективных факторов – разнообразие интересов и потребностей потенциальной аудитории культурно-досуговых программ.

В аудиторной среде культурно-досуговой программы доминируют отношения эмоционально-личностного характера, ибо на первый план выходят потребности в эмоциональном коллективном контакте в условиях публичности. Эта потребность в зрелищном, публичном общении столь необходима людям, что часто приобретает ведущее значение. Другими словами,

речь идет о принципе целостности через многообразие в режиссуре культурно-досуговых программ, при котором единство слова, музыки, света и цвета, мизансцен создает аудиовизуальную гармонию, раскрывающую художественный образ программы.

Художественный образ – это всегда гармоничное единство формы и содержания, эмоционального и рационального. Образ должен быть оригинальным и неповторимым. Он как модель, обладающая новым содержанием – неоднороден, неоднозначен настолько, чтобы каждый зритель, присутствующий на программе, мог в нем персонифицироваться. Именно степень многозначности образа и является показателем его глубины.

Режиссерский замысел как своеобразный проект постановки, эквивалентный драматургическому материалу, содержит в себе:

- творческую интерпретацию сценарного материала, трансформацию идейно-тематического замысла в сверхзадачу;
- проект художественного постановочного решения или режиссерского хода;
- характеристику основных персонажей и определение жанровых и стилистических особенностей актерского исполнения (ведущий как внесюжетный персонаж);
- решение постановки в темпоритме;
- пластическое (мизансценическое) пространственное решение программы;
- световое решение;
- определение принципов и характера сценографии;
- музыкально-шумовое и звуковое решение досуговой программы.

В теории и практике постановки культурно-досуговых программ широко используется такое понятие, как «ход». Его названия бывают следующие: драматургический, режиссерский, сценарный, авторско-режиссерский. Но поскольку работает над сценарием досуговых программ, как правило, режиссер и драматург в одном лице, чаще всего используется термин «сценарно-режиссерский ход».

Сценарно-режиссерский ход – это образное движение авторской концепции, направленное на достижение цели художественного, эмоционального и педагогического воздействия. Сценарно-режиссерский ход – образно-смысловой стержень,

который пронизывает драматургическую и постановочную работу, цементирует действие в его логическом развитии. Сценарно-режиссерский ход должен быть найден на этапе разработки замысла, когда у автора сформулированы тема и идея, разработана художественная концепция.

Работа режиссера по постановке разнообразных форм культурно-досуговых программ, как отмечалось выше, начинается с разработки режиссерского замысла и продолжается его воплощением в режиссерском сценарии, который содержит в себе режиссерское решение, конкретные художественные приемы постановки самого процесса действия и использования выразительных средств в реализации сценарного и режиссерского замысла.

Однако воплощение драматургического действия в сценическое зрелище – результат творческих усилий творческого коллектива режиссера, так называемой постановочной группы, в которую в зависимости от формы культурно-досуговой программы входят:

– *ассистент режиссера* – первый помощник режиссера, руководитель-координатор постановочной группы, через которого организационно-творческие вопросы, возникающие у коллективов или отдельных исполнителей, доводятся до главного режиссера. Непосредственно творческая работа ассистента режиссера начинается с его включения в процесс обсуждения сценарно-режиссерского замысла, общего сценарного плана и литературного сценария, монтажного листа. По необходимости или по заданию режиссера его ассистент самостоятельно проводит репетиции с коллективами или отдельными исполнителями, а также ведущими.

В организационную работу ассистента режиссера входит информирование участников программы и технических служб ее обеспечения о графике репетиций, а также их непосредственная организация.

Будучи правой рукой режиссера, ассистент выполняет все его творческие и организационные задания;

– *художник-постановщик* – соавтор художественно-образного решения культурно-досуговой программы, организатор сценического пространства, своеобразный переводчик режиссерского замысла культурно-досуговой программы на язык зрелища. Художник совместно с режиссером превращают про-

странство сцены, площади, парка, актового зала школы в пространство театра, зрелища.

Сценография и декорационное оформление должны в образно-символической, метафорической форме отражать авторскую идею во всей полноте эмоционального и интеллектуального содержания, а также создавать атмосферу культурно-досуговой программы. «Работа режиссера с художником над пространственным решением массового действия начинается не с планировок и опорных точек, а с выработки единой творческой позиции, единого смысла и “сверхзадачи” будущего представления. Только после этого можно приступить к пространственному решению спектакля, к нахождению его образного строя» [19, с. 378];

– *художник по свету* – соавтор световой драматургии программы, автор детально проработанной световой партитуры. Каждое изменение света, его «переброска», каждый световой эффект должны не демонстрировать весь диапазон возможностей световой «начинки» конкретной сценической площадки, а создавать художественный образ номера, раскрывать режиссерский замысел.

В руках опытного художника по свету это выразительное средство становится дополнительным элементом мизансцены. «Живопись света» (по определению кинорежиссера С. Юткевича) – это непрерывное движение авторской мысли, динамика программы, единое целое с ней. Режиссеры правомочно говорят о *цветосветовой драматургии* сценического действия, поскольку не только свет, но и цвет имеет свою эмоционально-выразительную силу. Не зря в живописи присутствуют такие определения, как холодный цвет, теплые тона и т. п.

При постановке массовых театрализованных форм культурно-досуговых программ художник по свету возглавляет группу операторов световой техники, а также проекционной аппаратуры (видео, слайды, мультимедийные презентации);

– *звукорежиссер* в своей профессиональной деятельности создает не просто звуковое оформление программы, а ее художественный образ. Точно найденный совместно с режиссером характер музыкально-звукового ряда досуговой программы является важным компонентом в нахождении нужного темпоритма.

В музыке заключена огромная эмоциональная сила, и умелое владение ею помогает выстроить стройную драматургическую композицию программы.

Звукорежиссура – самостоятельная область творческой деятельности, имеющая свои законы и грани, а звукорежиссер с помощью монтажа музыки, звука, шумовых эффектов выделяет главные смысловые куски, акцентирует их, а второстепенные уводит на второй план, как бы затушевывая. Это сродни крупным и общим планам в кинематографе. Звукорежиссер регулирует не силу звука, а смысловую и эмоциональную жизнь программы.

На основе пространственного и мизансценического решения, особенностей сценической площадки звукорежиссер также определяет систему озвучивания и его объем. Реализуя режиссерский замысел, он осуществляет его музыкальное, звуковое и шумовое решение, определяя также хронометраж каждого номера. Помощником звукорежиссера является звукооператор;

помощник режиссера – обеспечивает порядок выхода исполнителей на сцену, а также дисциплину за кулисами; следит за скоординированной работой рабочих сцены. Существуют воспоминания о том, что когда-то в Московском Художественном театре существовал обычай – перед началом спектакля помощнику режиссера, который «вел» спектакль, отдавали ключи от театра. Этим подчеркивалось то, что на это время он становится единственным хозяином сцены.

Состав творческой постановочной группы массовых театрализованных форм культурно-досуговых программ (театрализованный концерт, театрализованное представление, праздник, фестиваль и др.) дополняют *музыкальный руководитель, главный балетмейстер, художник-гример*.

Важным этапом предварительной постановочной работы является разработка четко продуманного репетиционного плана, без которого невозможно представить полноценную работу творческого коллектива. Репетиционный план предусматривает два периода: сначала в репетиционных залах, а затем и на сценической площадке, где непосредственно будет проходить культурно-досуговая программа. Срывы или нечетко организованные репетиции всегда ставят под сомнение успех культурно-досуговой программы.

Репетиция (лат. *repetitio* – повторение) – основная форма подготовки (под руководством режиссера) театральных, эстрадных, цирковых представлений, культурно-досуговых программ, а также отдельного номера и эпизода путем многократных повторений (целиком или частями). Несмотря на то, что семантика слова содержит в себе смысл механической работы, на самом деле каждая из репетиций, начиная с застойной и заканчивая генеральной, – живой, творческий процесс. Как выразился известный театральный режиссер Питер Брук: «Репетировать – это думать вслух».

Итогом организационно-творческой работы режиссера культурно-досуговых программ является ее непосредственный показ, сценическая постановка. Во время программы режиссер обычно находится на сцене, рядом со своими помощниками. Однако если он не уверен в действиях той или иной технической службы, если у этой службы сложная партитура, то его место – рядом с ней. Анализ постановки культурно-досуговой программы, ее достоинств и недостатков завершает режиссерскую работу.

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте основные формы культурно-досуговых программ.
2. Сформулируйте определение понятия «сценарий культурно-досуговой программы» и приведите ее отличительные особенности как драматургического произведения.
3. Что входит в состав сценарного плана, литературного сценария и монтажного листа?
4. Назовите и охарактеризуйте составляющие режиссерского замысла.
5. Дайте характеристику творческой группе режиссера культурно-досуговых программ.
6. Обобщите организационно-творческие аспекты деятельности режиссера культурно-досуговых программ.

Рекомендуемая литература

1. Аль, Д. Н. Основы драматургии : учеб. пособие / Д. Н. Аль. – 3-е изд., расш. и доп. – СПб. : СПбГУКИ, 2004. – 280 с.
2. Бирюкова, Т. П. Особенности сценария культурно-досуговых программ как средства инкультурации личности / Т. П. Би-

рюкова // Социальная педагогика. Проблемы инкультурации личности / В. Н. Наумчик [и др.]. – Минск : Четыре четверти, 2007. – С. 52–59.

3. *Васильева, Т. Г.* Культурно-досуговая деятельность : учебник / Т. Г. Васильева, Ю. Г. Волков, В. А. Волобуев [и др.] ; под науч. ред. акад. А. Д. Жарикова и проф. В. М. Чижикова. – М. : МГУК, 1998. – 461 с.

4. *Гальперина, Т. И.* Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации : учеб.-практ. пособие / Т. И. Гальперина. – М. : Сов. спорт, 2008. – 292 с.

5. *Генкин, Д. М.* Сценарное мастерство культпросветработника / Д. М. Генкин, А. А. Конович. – М. : Сов. Россия, 1984. – 136 с.

6. *Горюнова, И. Э.* Режиссура массовых театрализованных зрелищ и музыкальных представлений : лекции и сценарии / И. Э. Горюнова. – СПб. : Композитор, 2009. – 204 с.

7. *Гуд, П. А.* Тэхналогія стварэння свята : вучэб. дапам. / П. А. Гуд. – 2-е выд., стэрэатып. – Минск : БДУКМ, 2008. – 224 с.

8. *Камінскі, А. Я.* Рэжысура традыцыйнага абраду : вучэб.-метад. дапам. / А. Я. Камінскі. – Минск : БДУКМ, 2009. – 112 с.

9. *Козловская, Л. И.* Культурно-досуговые программы в структуре социокультурной деятельности / Л. И. Козловская // Социальная педагогика. Проблемы инкультурации личности / В. Н. Наумчик [и др.]. – Минск, 2007. – С. 43–51.

10. *Марков, О. И.* Сценарно-режиссерские основы художественно-педагогической деятельности клуба / О. И. Марков. – М. : Просвещение, 1988. – 156 с.

11. *Марков, О. И.* Сценарная культура режиссеров театрализованных представлений и праздников : сценарная технология : учеб. пособие / О. И. Марков. – СПб. [и др.] : Лань : Планета музыки, 2019. – 420 с.

12. *Митта, А.* Кино между адом и раем : Кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Куросаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому / А. Митта. – М. : Подкова : Эксмо-Пресс, 2002. – 475 с.

13. *Мойсейчук, С. Б.* Режиссура культурно-досуговых программ : учеб.-метод. пособие / С. Б. Мойсейчук. – Минск : БГУКИ, 2011. – 99 с.

14. *Станиславский, К. С.* Моя жизнь в искусстве / К. С. Станиславский. – М. : Искусство, 1983. – 424 с.

15. *Тихомиров, Д. В.* Беседы о режиссуре театрализованных представлений / Д. В. Тихомиров. – М. : Сов. Россия, 1977. – 126 с.

16. *Туманов, И. М.* Режиссура массового праздника и театрализованного концерта : лекции / И. М. Туманов. – Л. : [б. и.], 1974. – 94 с.

17. *Черняк, Ю. М.* Режиссура праздников и зрелищ : учеб. пособие / Ю. М. Черняк. – Минск : Тетрасистемс, 2004. – 224 с.

18. *Чечётин, А. И.* Основы драматургии : учеб. пособие / А. И. Чечётин. – М. : МГУКИ, 2004. – 148 с.

19. *Шароев, И. Г.* Режиссура эстрады и массовых представлений : учебник / И. Г. Шароев. – М. : Просвещение, 1986. – 463 с.

20. *Шубина, И. Б.* Драматургия и режиссура зрелища: Игра, сопровождающая жизнь : учеб.-метод. пособие / И. Б. Шубина. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 288 с.

2.3. СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ АНИМАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Если ввести в поисковую систему Национальной библиотеки Беларуси термин «анимация», то будут предложены источники, которые можно систематизировать по трем блокам, а именно: анимационное кино, компьютерная анимация и социально-культурная анимация. Относительно первых двух блоков каждый имеет представление – как о данном направлении кинематографа, так и о динамично развивающемся сегменте информационных технологий. Когда же речь заходит о понятии «социально-культурная анимация», большинство связывает его лишь с работой организаторов досуга (аниматоров) в сфере туристического бизнеса. Хотя социально-культурная анимация как теория и практика «оживления» межличностных и социальных отношений еще с 60-х гг. в Европе и с 90-х гг. XX в. на постсоветском пространстве имеет свое уникальное предметное поле, а также разнообразные технологии.

Определение сущностных основ анимации невозможно без обращения к этимологии этого понятия. «Аnіma», являясь основой термина «анимация», в переводе с латинского означает «душа», поэтому не будет преувеличением сказать, что первым анимационным действием была воля Бога, который стал живым Духом и распространился во всех существах, и оживил бесчисленные тела на земле.

Анимация – это воодушевление, одухотворение, передача жизненной энергии, это действие, направленное на то, чтобы наделить ею тех, кто, по выражению психологов и социологов, находится в состоянии «социальной смерти». При ней личность «умирает» или для общества, или для себя либо общество «умирает» для личности. Поэтому особыми адресатами, объектами анимационной деятельности являются люди с особенностями психофизического развития; мигранты; беженцы; дети-сироты; одинокие люди; пожилые и престарелые; люди, вышедшие из мест лишения свободы; люди с суицидальными наклонностями; наркоманы и алкоголики и т. п.

По этой причине сегодня социально-культурная анимация стала наиболее динамично развивающейся областью технологичной культурно-досуговой деятельности, которая стала особым направлением деятельности общественных групп и отдельных индивидов, основанной на современных технологиях (культуротворческих, педагогических, коррекционных, развивающих, рекреационных и др.), которые обеспечивают преодоление социального и культурного отчуждения в современном информационном обществе [8, с. 19].

Социокультурное пространство анимации позволяет охарактеризовать основные цели социально-культурной деятельности, выявлять ее одухотворяющий характер, с одной стороны, с другой – обозначать собственно духовный аспект взаимоотношений субъектов педагогического процесса, особенности социально-культурных технологий, наполненных эмпатией, сочувствием, со-переживанием, со-творчеством и направленных на оживление внутреннего мира личности, актуализацию ее духовных потребностей и ценностей [3; 4].

Теоретическим основанием социально-культурной анимационной деятельности выступает педагогика среды. Педагогика среды – это не просто совокупность научных положений и взглядов на нее. Это прежде всего технологический инстру-

ментарий. И сегодня мы можем сказать, что педагогика среды – это направление педагогической мысли и практики, ориентированное на диагностику, организацию и использование возможностей среды в воспитательных целях.

Изначально явление социокультурной анимации возникло в 50-х гг. XX в. во Франции как часть культурной и воспитательной системы общества, как практическая деятельность по преодолению негативных тенденций общественной жизни. Любое явление внешнего мира связано для человека с определенным смыслом и эмоциями. Эмоционально-смысловая нагрузка внешнего явления или другого человека чрезвычайно значима для нас, а количество таких значимых связей составляет внутреннее богатство личности. Причиной социально-культурного отчуждения как раз и становится отсутствие или разрыв значимых для человека связей с обществом и культурой.

Исходя из вышесказанного, цель или миссия социокультурной анимации в самом широком смысле слова – активное предотвращение «отчуждения», «умирания» личности в обществе, преодоление ею острых, критических состояний, которые возникают по разным причинам: врожденные или приобретенные психофизические ограничения, тяжелая болезнь, потеря высокого профессионального или социального статуса, смерть родных и близких и т. п.

Социально-культурная анимация признает личность как уникальную ценность, как открытую возможность для самоактуализации. Личностно-деятельный подход к анимации и определил ее теоретические основы, в качестве которых выступают:

1. Гуманистическая психология.
2. Гуманистическая педагогика: свободное воспитание и творческое развитие.
3. Трансактный анализ.
4. Арт-терапия.
5. Социальная педагогика.

Основоположником социально-культурной анимации принято считать Жана Фридмана, впервые выступившего с идеей формирования гармоничного единства ребенка и той среды, в которой он развивается. К концу XX в. она стала представлять собой самостоятельное направление психолого-педагогической деятельности в сфере досуга.

Однако в нашей стране до сих пор отсутствуют комплексные исследования в этой области, несмотря на то, что именно в интегрированной социально-культурной среде возможны поиск и успешная реализация анимационных проектов и программ, способных актуализировать духовные потребности личности, вооружить новой методологией учреждения культурно-досуговой и социально-культурной сфер и содействовать духовному оздоровлению общества.

Обобщая теоретические идеи анимации и опыт организации социально-культурной деятельности в ряде зарубежных стран, один из ведущих отечественных специалистов в теории социально-культурной деятельности Е. Б. Мамбеков определяет социокультурную анимацию как часть культурной и воспитательной системы общества, которая может быть представлена в виде особой модели ее организации:

1. Как совокупность элементов (учреждения, государственные органы, организации, добровольные ассоциации, аниматоры, аудитория), находящихся в постоянных отношениях, которые характеризуют эту модель.

2. Как совокупность занятий, видов деятельности и отношений, которые отвечают интересам, проявляемым личностью в ее культурной жизни, и особенно в ее свободное время.

3. Как своеобразная социально-педагогическая система, в которой ведущую роль играют аниматоры, профессиональные или добровольные, обладающие специальной подготовкой и использующие, как правило, методы активной педагогики [3, с. 6–7].

Одним из важнейших структурных элементов модели анимационного процесса выступает фигура социально-культурного аниматора. Так, к середине 1980-х гг. утвердилось предложенное П. Бенаром следующее определение социокультурного аниматора: «Социокультурный аниматор есть действующее лицо (l'agent) развития индивидов и групп, профессиональная либо добровольная деятельность которого характеризуется вмешательством в данную среду на уровне отношений индивидов и самих групп, на уровне отношений между индивидами и культурными произведениями и иногда на уровне структур. Эта работа, основанная часто на принципах и ценностях активного энтузиазма, находится в институциональных рамках, которые могут принимать различные формы (ассоциа-

ции, социокультурные учреждения, локальные общности, учреждения культуры, министерство)» (цит. по: [1, с. 26]).

Обобщив различные подходы к характеристике основных профессиональных функций аниматоров, которые и определяют интегративный характер анимационных технологий, можно выделить следующие:

1. Функция установления отношений – как умение создавать группы и содействовать их самостоятельному развитию через стимулирование связей внутри группы и между группами, между группами и управленческими органами.

2. Функция воспитания – как самостоятельно и рационально относиться к обучению и доступу к источникам информации и к явлениям культуры.

3. Функция исследования – как способность со стороны оценивать собственную деятельность и деятельность группы, а также развитие личностей, с которыми аниматор работает.

4. Организаторская функция – как способность аниматора организовывать свое время, определять задачи своей профессиональной деятельности, содействовать развитию социокультурной инфраструктуры.

5. Функция «человека культуры» – как способность к восприятию всех форм культуры для их передачи другим людям либо для пробуждения у других желания овладеть ими и приобщиться к ним, а также как способность самому стать «творцом» в какой-либо сфере деятельности.

Среди основных принципов, на основе которых выстраивается анимационная работа, Н. Н. Ярошенко выделяет следующие:

- человек должен изучаться и приниматься в его целостности;
- каждый человек уникален, поэтому анализ отдельных случаев не менее оправдан, чем статистические обобщения;
- человек открыт миру, переживания человеком мира и себя в мире являются главной психологической реальностью;
- человеческая жизнь должна рассматриваться как единый процесс становления и бытия человека;
- человек наделен потенциями к непрерывному развитию и самореализации, которые являются частью его природы;
- человек обладает определенной степенью свободы от внешней детерминации благодаря смыслам и ценностям, которыми он руководствуется в своем выборе;
- человек – это активное, интенциональное, стремящееся к самоактуализации творческое существо [9, с. 35].

Социально-педагогическое пространство анимации, направленной прежде всего на актуализацию духовно-творческого потенциала личности и дающей ей внутренние ресурсы для преодоления трудных жизненных ситуаций, включает в себя такие основные направления анимационной деятельности, как:

- изменение негативного отношения общества к отчуждаемой личности;
- восстановление системы межличностных отношений;
- формирование адекватной Я-концепции, самоощущения и самовыражения, другими словами – терапия смысла жизни.

Социокультурное пространство анимации как особого вида педагогической деятельности характеризуется также ее основными функциями, которые, в свою очередь, определяют ее содержательную и технологическую структуру.

Исследователь анимационной деятельности Т. В. Дедурина считает, что в социализации, терапии и сублимации заложены психолого-педагогические механизмы, участвующие в деятельностно-формирующем анимационном процессе, а ее основными функциями выступают:

1. Адаптация.
2. Коммуникация.
3. Регенерация.
4. Реконструкция.
5. Рекреация.
6. Релаксация.
7. Реабилитация.
8. Коррекция [2, с. 102].

Базовые функции анимационной деятельности органично вплетаются в технологический социально-анимационный процесс. Более того, технологии анимационной деятельности занимают активные позиции в досуговом пространстве и находят свое применение во всех без исключения учреждениях социально-культурной сферы.

Досуг в анимационной деятельности обнаруживает себя как сфера личной жизни человека, в которой могут наиболее полно раскрываться его сущностные силы. Именно в досуговом пространстве личность обращается к своим духовным потребностям, гармонизирует свою жизнь, позволяет переживать большую полноту жизни, успешнее справляться с жизненными трудностями. Анимационная работа в сфере досуга основыв-

вается не на компенсационном, а на инвестиционном подходе, который предполагает вложение ресурсов в человека, не ожидая, пока он окажется среди той части населения, которой необходимы социальная защита и реабилитация [8, с. 20–21].

Рассматривая анимацию как процесс удовлетворения специфических потребностей человека в общении, движении, культуре, творчестве, развлечении и приятном времяпрепровождении, ученые и практики выделяют следующие формы организации анимационной деятельности:

1. Активная анимация. Направлена не просто на удовлетворение потребностей человека в движении, а на формирование положительного физического и психического эффекта с незаметным или, наоборот, ярким вовлечением в движение. Для огромного числа людей источником положительных состояний становятся позитивные сенсорные впечатления и эмоции. У подавляющего числа людей такие впечатления и эмоции складываются в результате движения и физических нагрузок на свежем воздухе, восприятия приятной для глаз природно-ландшафтной среды, глубокого ночного сна. Активная анимация способствует стимулированию жизненных сил, вовлекает человека в активную деятельность, т. е. выполняет спортивно-оздоровительную функцию.

2. Чувственная анимация. Главная цель чувственной анимации – создать такой эмоционально-психологический фон, на основе которого удовлетворить через переживания человека его потребность в познании нового, неизвестного, неожиданного. Чувственная анимация построена на переживаниях, создание которых и является основной целью анимационной деятельности. Как правило, для этого могут использоваться самые различные методы и средства. Начиная от популярных аттракционов («когда душа уходит в пятки») и просмотров 3D фильмов (что, по сути, не является анимацией), заканчивая карнавальными шествиями, костюмированными представлениями, рыцарскими турнирами и другими мероприятиями, в которых отдыхающие могут принять непосредственное участие. Как правило, классификации видов анимации, направленных на формирование переживаний, нет, однако существует общая классификация видов анимации, которая включает:

- событийную анимацию;
- театрализованную анимацию;

- анимацию в тематических парках;
- спортивную анимацию;
- анимацию в гостиничных комплексах.

3. Анимация общения. Не только удовлетворяет потребность в общении, а направлена на психологическую разгрузку, получение позитивных эмоций, социальную адаптацию, повышение общительности, самореализацию и самоактуализацию человека через общение. Достаточно большой потенциал развития человека как личности заложен в анимации общения, и все потому, что человек существо социальное и достаточно тяжело переносит недостаток общения, при котором возможны психические и в худшем случае – физические отклонения.

Для человека и общества в целом досуг через общение на основе позитивных социально-психологических и межличностных контактов – общение с интересным собеседником, взаимодействие с родственниками, друзьями, проведение досуга с любимым человеком – весьма важен.

Как правило, при организации анимации общения учитываются возрастные и психологические особенности разных социально-демографических групп и на основе этого разрабатываются соответствующие программы. Чаще всего они носят комплексный характер, но если говорить об анимации общения, то на первый план выступает личностное взаимодействие. Это могут быть:

- игры, требующие активного общения или построенные на общении;
- спортивные соревнования или занятия спортом, требующие командной работы;
- совместные театральные постановки;
- вечера знакомств, круглые столы, клубные формирования по интересам и т. д.

Все эти программы, направленные на общение, требуют непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановки, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т. д.

4. Анимация спокойствия. Направлена на удовлетворение потребности человека в отдыхе, рекреации, расширенном восстановлении физического и психического здоровья через отдых (в большинстве случаев пассивный). Для психологической разгрузки зачастую анимационные формы совмещают анима-

цию с различными видами терапии: музыкотерапия, сказкотерапия, игротерапия, танцевальная терапия, арт-терапия, экологическая терапия.

5. Культурная анимация. Это не просто удовлетворение потребности в приобщении к культурным ценностям того или иного народа, страны, региона, это способ саморазвития и самореализации, культурной интеграции, образования вкупе с рекреационным эффектом от познания экзотики, преподносимой как в строго исторических и культурных формах, так и в анимационной живой жизнеутверждающей форме.

6. Творческая анимация. Весьма специфический вид анимации, который является наиболее развитой формой культурно-досуговой деятельности, поскольку направлен на самореализацию и саморазвитие человека как творческой личности. Творческая анимация основана на оживлении творческих способностей человека путем включения его в различные формы деятельности, наиболее близкие или наиболее интересные для него на основе его увлечений и интересов.

В нашей стране вслед за европейскими странами набирает популярность такая форма социально-культурной анимации, как форум-театр (или социальный интерактивный театр).

Сущность форум-театра проявляется в поиске в рамках предложенного спектакля вместе с участниками путей решения проблемы или выхода из сложной жизненной ситуации. Эта методика использует опыт тренингов и интерактивного театра. Объединяя техники предоставления информации и навыков через тренинги и влияние на подсознание через чувства, вызываемые созданными в интерактивном театре художественными образами, форум-театр влияет на эмоциональный интеллект человека, формируя творческий подход к позитивному решению проблемы.

Главная цель форум-театра – предоставление информации и обретение навыков разрешения существующей проблемы определенным человеком с использованием опыта других людей и с подключением возможностей собственного эмоционального интеллекта.

Темами спектаклей форум-театра могут быть самые разные проблемы общества: отношения между членами семьи, сверстниками, представителями разных наций, культур, религий, проблемы ВИЧ-инфицированных, людей с ограниченными

возможностями, вопросы, касающиеся здорового образа жизни, наркомании, алкоголизма, торговли людьми и т. п.

Таким образом, анимационные технологии, гармонично сочетающие в себе технологии культурно-досуговой деятельности, а также арттерапевтические, коррекционные и реабилитационные средства и методы, занимают активные позиции в досуговом пространстве. Социокультурная анимация, актуализируя духовные потребности личности, способна вооружить новой методологией учреждения социокультурной сферы и содействовать духовному оздоровлению общества.

Социально-культурная анимация представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с людьми в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

Анимационная работа может не просто организовывать досуг населения, а создавать условия для полноценного бытия, оказывающего затем влияние на семейную, учебную, трудовую сферы жизни. Путем организации такого досуга жизнь человека может кардинально преображаться в лучшую сторону, а его повседневная деятельность наполняться смыслом и позитивными переживаниями. Работа и досуг могут соединяться в одну творческую интеллектуальную деятельность, «полноценную жизнь», эмоционально насыщенную и динамичную, основанную на самоактуализации.

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте сущность понятия «социально-культурная анимация».
2. Назовите адресатов анимационной деятельности.
3. Охарактеризуйте основные принципы организации анимационной деятельности.
4. Определите функции технологий социально-культурной анимации.
5. Охарактеризуйте формы организации анимационной деятельности.

Рекомендуемая литература

1. *Волик, Л. В.* До питання типологізації педогогів-аніматорів / Л. В. Волик // Вісник Черкаського університету. Сер.: Педагогічні науки (164). – С. 25–30.

2. *Дедурина, Т. В.* Специфика существенных свойств социокультурной анимации / Т. В. Дедурина // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2008. – № 5. – С. 101–104.

3. *Мамбеков, Е. Б.* Организация досуга во Франции: анимационная модель : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Е. Б. Мамбеков ; С.-Петербур. гос. ин-т культуры. – СПб., 1992. – 16 с.

4. *Мойсейчук, С. Б.* Социально-культурное пространство анимации / С. Б. Мойсейчук // Культура ва ўмовах глабалізацыі : тэарэтычныя і метадалагічныя праблемы : матэрыялы навук. канф. (25–26 лістап. 2009 г.) / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2010. – С. 71–73.

5. *Мойсейчук, С. Б.* Теоретико-методологические основы технологий социально-культурной анимации / С. Б. Мойсейчук // Личность в контексте современных социокультурных процессов : материалы междунар. науч. конф., посвящ. памяти Я. Д. Григорович (12 нояб. 2014 г.) / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2015. – С. 124–128.

6. *Никитский, М. В.* Теоретические и исторические аспекты современной социокультурной анимационной деятельности / М. В. Никитский // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Сер. 4, Педагогика. Психология. – 2008. – № 3 (10). – С. 28–35.

7. *Росс, Л.* Человек и ситуация: Уроки социальной психологии / Л. Росс, Р. Нисбетт ; пер. с англ. В. В. Румынского ; под ред. Е. Н. Емельянова, В. С. Магуна. – М. : Аспект Пресс, 1999. – 429 с.

8. *Тарасов, Л. В.* Социокультурная анимация: истоки, традиции, современность / Л. В. Тарасов. – М. : Одухотворение, 2008. – 129 с.

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

Раздел 3

КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВАЯ ИНДУСТРИЯ

3.1. КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВАЯ ИНДУСТРИЯ: СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ

Культурологи, философы, психологи утверждают, что в современном мире наблюдается сдвиг ценностных ориентаций из сферы труда в сферу массового потребления, досуга и развлечений. В мировом научном сообществе все активнее внедряется новая теория социально-экономического развития, которая выдвигает на первый план культурные ресурсы.

Представители франкфуртской школы Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно ввели понятие «индустрия культуры», согласно которому элементы массовой культуры приобретают характеристики обычного товара или услуги. Они создаются в зависимости от их обменной стоимости на рынке, а не от их культурной ценности как неотъемлемой части эстетического опыта, который коренится в традиции [6, с. 149]. Сферу массового производства и потребления продуктов культуры стали обозначать как культурную индустрию.

С середины XX в. массовая культура с помощью новых технических достижений становится одной из самых прибыльных отраслей экономики и получает еще одно название – «индустрия досуга». Возникновению этого нового сектора экономики способствовали процессы интеграции между искусством, промышленностью, наукой и бизнесом.

В словаре по социологии Тони Лоусона, Джоан Гэррод «индустрия досуга» (leisure industry) в целом трактуется как термин, все более отражающий яркую тенденцию к проведению досуга с помощью специализированных организаций, предоставляющих право платного доступа к объектам отдыха и развлечений [15, с. 147]. По мере индустриализации общества предложения различных способов проведения досуга становятся прерогативой специализированных агентств, организа-

ций, компаний, которые являются не просто провайдерами разнообразных культурных и досуговых товаров и услуг, но и составляют элемент современной экономической системы.

В осмыслении теоретических основ индустрии досуга мы опираемся на современные исследования российских культурологов, философов, социологов М. А. Ариарского, Г. А. Аванесовой, Т. В. Абанкиной, С. Э. Зуева, И. А. Бутенко и др. Российские специалисты отмечают сложность научного осмысления индустрии культуры и досуга: во-первых, границы данной индустрии определены не совсем четко, во-вторых, социально-культурная ситуация предлагает все новые формы и сегменты данной отрасли.

В статистике также нет критерия выделения предприятий индустрии досуга. Границы и набор ее сегментов весьма условны. Состав и структура этой отрасли точно не определены. Поэтому не случайно существует проблема не только четкого определения термина «индустрия досуга», но и понятия «досуговые товары и услуги».

Это обуславливается тем, что организационно-экономические признаки предприятия данной индустрии плохо поддаются определению. Существует большое разнообразие предприятий, создающих условия для развлечений, отдыха, рекреации. Они разбросаны по многим отраслям, не относящимся в традиционной классификации к сфере досуга и развлечений. В одних случаях создание условий для развлечений – это основная деятельность предприятия (дискотека как самостоятельное предприятие), в других – вспомогательная (казино как составляющая хозяйства гостиницы), в третьих – побочная [17, с. 52].

Индустрию досуга часто обозначают как отрасль народного хозяйства, специализирующуюся на производстве товаров и услуг для организованного досуга [7, с. 90]. В Европе и США наиболее употребляемы понятия: «индустрия досуга», «культурные и социальные услуги», «индустрия развлечений и отдыха», «отдых и рекреация вне дома», «культурная индустрия».

Однако такие базовые понятия, как «культурные услуги», «культурный сервис», «индустрия развлечений», употребляются как в отечественной, так и в зарубежной науке. Группа российских исследователей (С. М. Хаирова, Л. В. Секретова, Б. Г. Хаиров) дают определение индустрии досуга как системы производственных и непроизводственных отраслей, с одной

стороны, удовлетворяющих потребности различных групп населения в отдыхе, развлечении, удовольствии и пр., а с другой – приносящих немалую долю дохода [25, с. 427].

Наиболее целесообразным понятием для обозначения описываемой практики считаем понятие *«культурно-досуговая индустрия»* как наиболее ярко отражающее всю современную систему 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. К культурно-досуговой индустрии относятся центры, предприятия (организации, учреждения), основная деятельность которых связана с созданием и продажей товаров и услуг, удовлетворяющих потребности человека в развлечениях, отдыхе, общении, дополнительных образовательных услугах и т. п.

Г. А. Аванесова в понятии «индустрия» в сфере производства культурно-досуговых товаров и услуг акцентирует внимание на индустриально-технической, технологической и предпринимательской сущности досуговой деятельности [2, с. 114]. В этом отношении показательно высказывание Филиппа Бретона (профессор Страсбургского университета) и Сержа Пру (профессор Квебекского университета) о том, что «многие исследователи из разных стран, особенно начиная с 1960-х гг., подчеркивали, что культура XX в. (массовая) создавалась в условиях, похожих на те, которые существовали на заводах Форда» [6, с. 218].

В целом индустрия досуга учеными и практиками определяется как система предприятий, фирм, учреждений и предпринимателей, предоставляющих все необходимые для потребления в процессе досуга и развлечений услуги и товары. К индустрии досуга относят не только типичные развлекательные учреждения (дискотеки, караоке-клубы, культурно-развлекательные клубы и т. п.), но и некоторые предприятия материального производства. Компания PricewaterhouseCoopers в своем исследовании выделяет: «...В понятие индустрии отдыха и развлечений включена любая деятельность, защищенная авторскими правами и имеющая отношение к кинобизнесу, музыке, телевидению, литературе, производству компьютерных программ, видео- и аудиоматериалов, а также компании, связанные с их доставкой и сбытом» [3, с. 111].

Другими исследователями (М. Гунаре, И. Маркина) индустрия досуга понимается как отрасль народного хозяйства, специализирующаяся на производстве товаров и услуг для организованного досуга. При этом авторы отдельно выделяют индустрию развлечений, трактуя ее как индустрию, которая дает доход за счет предоставления людям разнообразных услуг для отдыха и развлечений [7, с. 91].

Многие авторы к индустрии досуга относят организации, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях.

Исследователь А. А. Адамян к таким относит:

- организации с ярко выраженным развлекательным характером деятельности: цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, передвижные городки и т. п.;

- разнообразные зрелищные организации, включая стационарные и передвижные театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы (оркестры, ансамбли, мюзик-холлы и др.);

- организующие занятия по физической культуре (искусственные водные бассейны, спортивные залы, клубы и пр.) и спортивно-зрелищные мероприятия;

- организующие мероприятия по приобщению к культурным ценностям (библиотеки, музеи, выставки);

- отрасли промышленности, выпускающие соответствующее оборудование и инвентарь [3, с. 111].

Л. В. Секретова в сферу исследуемого феномена включает не только индустрию досуга как единое целое, но и индустрию отдельных видов досуга, а также индустрию, «сопутствующую» досуговой деятельности. Это: индустрия отдыха, индустрия развлечений, индустрия праздника, шоу-индустрия, анимационная индустрия, индустрия семейного досуга, индустрия детского отдыха и досуга, игровая индустрия, компьютерная индустрия, творческая индустрия, музыкальная индустрия, индустрия танца, индустрия кино, звукозаписывающая индустрия, индустрия туризма, корпоративная трэвел-индустрия, MICE-индустрия (индустрия деловых встреч), event(ивент)-индустрия, гостиничная индустрия, индустрия гостеприимства, индустрия услуг, банная индустрия, индустрия красоты, индустрия моды, индустрия знакомств, индустрия спорта, индустрия экстремального спорта, горнолыжная индустрия, индустрия

стрия океаническая, индустрия рыболовства, фитнес-индустрия, wellness(велнес)-индустрия, индустрия здоровья, индустрия здорового образа жизни, торгово-досуговая индустрия и др. [20, с. 50].

Мы, в свою очередь, считаем, что понятие «культурно-досуговая индустрия» – это сфера деятельности и сектор экономики, включающий в себя систему производства, массового тиражирования, 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 отличается большим разнообразием составляющих ее сегментов и предлагаемых культурно-досуговых продуктов и услуг. Анализ опыта развития рассматриваемой индустрии в различных странах позволяет представить состав ее самостоятельных единиц.

Основными ее сегментами являются следующие:

- досугово-развлекательная индустрия (индустрия отдыха и развлечений, включающая такие организации, как ночные клубы, караоке-клубы, культурно-развлекательные комплексы и пр.);
- интернет-индустрия (в части предоставления населению культурно-досуговых услуг, производства, продвижения и продажи арт-продукта);
- туристический бизнес;
- галерейно-выставочный бизнес (арт-бизнес);
- бизнес моды;
- музыкальный и шоу-бизнес (в том числе цирки);
- спортивно-развлекательный бизнес и спортивно-зрелищная индустрия;
- игровая индустрия;
- образовательная индустрии (дополнительные обучающие курсы и «школы», в том числе арт-курсы и др.);
- телевизионная и радиоиндустрия;
- игорный бизнес (казино, букмекерские конторы, залы игровых автоматов, ипподромы).

Досугово-развлекательная индустрия в данной классификации является основным и одним из наиболее востребованных у населения сегментом.

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

Сегодня к культурно-досуговой индустрии мы можем отнести развлекательные центры, парки отдыха и тематические парки, зоопарки, аттракционы, боулинг-клубы, гольф-клубы, караоке-клубы, интернет-кафе, кинотеатры, киномультиплексы, аквапарки, дискотеки, ночные клубы, цирки, катки, роллердромы, игровые центры, разнообразные концертно-зрелищные предприятия и т. п.

Таким образом, разнообразие сегментов культурно-досуговой индустрии направлено на создание условий досуга нового качества для всех слоев населения.

Под инфраструктурой индустрии досуга и развлечений в мировой практике принято считать комплекс отраслей, учреждений и организаций, которые создают условия для ее функционирования как экономической отрасли. 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. В развитых странах мира индустрия досуга считается одной из наиболее прибыльных сфер бизнеса. Западная Европа и США стали родоначальниками коммерческой индустрии развлечений, а также разнообразных услуг в сфере культуры, спорта и туризма.

В Японии, США, Англии, Германии, Испании, Голландии, Италии, Франции сложились разветвленные индустрии досуга и развлечений. Их основная социальная направленность выражается в том, что они служат удовлетворению основных социально-культурных потребностей человека в сфере свободного времени, формированию новых личных и общественных потребностей и их развитию при создании определенных условий. Кроме того, как и другие отрасли народного хозяйства, они выполняют производственную функцию и функцию занятости.

Можно выделить следующие предпосылки развития культурно-досуговой индустрии: 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 самореализоваться в пространстве свободного времени. Культурно-досуговая сфера предоставляет определенную степень свободы на право индивидуального выбора занятий в рамках индустриальной цивилизации.

Культурно-досуговая индустрия понимается как массовая развлекательная культура. Меняются характер и масштаб развлечений: из индивидуальных они превращаются в массовые, глобальные. Е. В. Дуков трактует развлечение как специфическую проблему современного индустриального и постиндустриального общества. «Дело не в том, что до этого не было развлечений, – пишет Е. В. Дуков, – а в том, что развлечение “не акцентировалось” как значимая социальная и культурная ценность, не обособлялось в особую отрасль культурного производства» [9, с. 38].

Практически любое культурное или развлекательное мероприятие, проект, ценность культуры могут являться культурным товаром или услугой, так как их можно предложить и продать потребителям, используя известные маркетинговые и экономические технологии. Как справедливо отмечает В. Я. Суртаев, шедевры мировой культуры могут одновременно принадлежать как массовой, так и элитарной культуре. Произведения Баха, например, сами по себе не возникли в сфере массовой культуры. Однако, будучи записаны на грампластинку, магнитофонную ленту, лазерный диск или же используемые в качестве музыкального сопровождения в соревнованиях по фигурному катанию, они, несомненно, уже принадлежат массовой культуре и индустрии досуга. При этом, что особенно важно подчеркнуть, они не перестают принадлежать своему гениальному автору и никоим образом не могут его скомпрометировать [22, с. 97].

Характер и направленность развития современного общества обнаруживают тенденцию к стиранию граней между эли-

тарной и массовой культурой. Результаты теоретических и прикладных исследований позволяют выявить изменения социальной мотивации и потребительского поведения в процессе получения услуг культурно-досуговой индустрии. Формируется аудитория – потребитель нового типа, интересы которого 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 танцевальное 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. В этой связи мы можем утверждать, что на практике происходит тесное взаимодействие и даже слияние индустрии культуры и индустрии досуга на уровне потребительского аспекта.

Феномен культурно-досуговой индустрии с точки зрения ее роли в развитии современной культуры оценивается учеными далеко не однозначно. Критический подход к индустрии сводится к обвинениям в пренебрежении классическим наследием, в том, что она якобы является инструментом сознательного манипулирования людьми.

В частности, М. А. Ариарский отмечает, что существенную роль в формировании массового сознания играет «система организации, стимулирования и управления потребительским спросом на вещи, услуги, идеи... формирующая в общественном сознании стандарты социально престижных образов и стилей жизни, интересов и потребностей... включающая рядового потребителя в ажиотажный спрос как на престижные предметы потребления, так и модели поведения (особенно проведения досуга)» [4, с. 108]. На использовании этого механизма строится современная модель культурно-досуговой индустрии.

Предметом потребления в социально-культурной сфере становятся не только товар или услуга, но и стиль, и образ жизни. Некоторые культурологи считают, 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 становится не только и не столько промышленность, сколько гуманитарные отрасли и сфера услуг, в том числе культурно-досуговых.

Противоположный подход, напротив, выражается в том, что культурно-досуговая индустрия считается закономерным следствием необратимого научно-технического прогресса, что она способствует развитию культуры, самовыражению людей, прежде всего молодежи. Согласно этой точке зрения, культурно-досуговая индустрия 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 воспроизводство.

Культурно-досуговая индустрия является одной из самых молодых отраслей социально-культурной сферы. Культурные и досуговые товары и услуги, предлагаемые данной отраслью, востребованы у населения. Существует обоснованная необходимость дальнейшего развития данной отрасли, разработки и усовершенствования ее технологий, нормативно-правовой базы, подготовки кадров, наращивания материально-технического обеспечения.

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте понятие «культурно-досуговая индустрия».
2. Назовите основные сегменты культурно-досуговой индустрии.
3. Каковы основные предпосылки развития культурно-досуговой индустрии?
4. Как оценивается культурно-досуговая индустрия с точки зрения ее роли в развитии современной культуры?

Рекомендуемая литература

1. *Абанкина, Т. В.* Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» / Т. В. Абанкина // Отечественные записки : журнал для медленного чтения. – 2005. – № 4. – С. 115–123.

2. *Аванесова, Г. А.* Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

3. *Адамян, А. А.* Современная институциональная структура индустрии отдыха и развлечений / А. А. Адамян // Транспортное дело России. – 2012. – № 3. – С. 110–114.

4. *Ариарский, М. А.* Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики / М. А. Ариарский. – СПб. : Анатолия, 1999. – 288 с.

5. *Браун, Д.* Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории [Электронный ресурс] : презентация на семинаре «Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории», 14–18 июля 2003 г., Петрозаводск / Джеффри Браун. – www.spolicy.ru/analytics/64.html.

6. *Брэтон, Ф.* Выбух камунікацыі: Нараджэнне новай ідэалогіі / Філіп Брэтон, Сэрж Пру ; пер. з фр. А. Мароза ; агул. рэдакцыя Ю. Залоскі. – Мінск : Беларус. Фонд Сораса, 1995. – 336 с.

7. *Гунаре, М.* Толковый словарь актуальных социокультурных терминов / Марина Гунаре, Ирина Маркина ; Балтийская междунар. акад. – Рига : [б. и.], 2007. – 299 с.

8. *Дацко, О. И.* Творческие кластеры как перспективное направление развития территорий / О. И. Дацко, У. П. Бобко // Социально ориентированная модель экономического развития: опыт Германии и Беларуси: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18 мая 2011 г. / Фонд им. Фридриха Эберта [и др.]. – Минск : И. П. Логвинов, 2011. – С. 61–63.

9. *Дуков, Е. В.* Концерт в истории западноевропейской культуры / Е. В. Дуков. – М. : Классика-XXI, 2003. – 254 с.

10. *Жарков, А. Д.* Культурно-досуговая деятельность в российском обществе как феномен XXI века / А. Д. Жарков // Мир культуры – культура мира : материалы Междунар. науч.-практ. конф., 18 мая 2005 г., Москва / Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2005. – С. 208–213.

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

12. *Зиятдинова, Ю. Е.* Ноосфера культурных потребностей: социокультурный феномен : автореф. дис. ... докт. социол. наук : 22.00.06 / Ю. Е. Зиятдинова ; Адыг. гос. ун-т. – Майкоп, 2010. – 52 с.

13. Косолапова, Е. А. Креативное пространство: диалектика мотивации / Е. А. Косолапова, И. А. Стеклова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3. – С. 745–752.

14. Лебедева, Е. А. Стратегия продвижения культурного продукта / Е. А. Лебедева // 60 параллель. – 2003. – № 2 (9). – С. 15–17.

15. Лоусон, Т. Социология. А – Я: словарь-справочник / Тони Лоусон, Джоан Гэррод ; пер. с англ. К. С. Ткаченко. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 608 с.

16. Мацевич, И. Я. Постановка проблемы культурной индустрии в социогуманитарном познании / И. Я. Мацевич // Проблемы управления. – 2008. – № 4 (29). – С. 92–95.

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

18. Орлов, И. Б. Социокультурный сервис на современном этапе / И. Б. Орлов // Вестник Московского государственного университета сервиса. Сер.: Гуманитарные науки. – 2007. – № 2(2). – С. 15–18.

19. Руководство по созданию и организации деятельности кластеров в Республике Беларусь / Д. М. Крупский, А. Э. Омарова, Т. В. Хвалько ; Совет по развитию предпринимательства в Респ. Беларусь. – Минск : [б. и.], 2015. – 161 с.

20. Секретова, Л. В. Индустрия досуга: социально-культурный аспект / Л. В. Секретова // Социально-культурная деятельность в условиях модернизации России : сб. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф., 24–25 янв. 2013 г. / С.-Петерб. гос. ун-т культуры и искусств. – СПб., 2013. – С. 47–55. – (Труды СПбГУКИ ; т. 195).

21. Социологическая энциклопедия : в 2 т. / Нац. обществ.-науч. фонд ; рук. науч. проекта Г. Ю. Семигин ; гл. ред. В. Н. Иванов. – М. : Мысль, 2003. – Т. 1. – 694 с.

22. Суртаев, В. Я. Миры культуры глазами молодых / В. Я. Суртаев. – СПб. : СПбГУКИ, 2004. – 288 с.

23. Суховская, Д. Н. Философские проблемы функционирования поселений и их креативных пространств в условиях урбанизированного социума в XXI веке / Д. Н. Суховская // Молодой ученый. – 2015. – № 7. – С. 713–719.

24. Суховская, Д. Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны

коворкинга, арт-территории / Д. Н. Суховская // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 650–652.

25. Хаирова, С. М. Маркетинговый подход к развитию индустрии досуга при взаимодействии властных и предпринимательских структур / С. М. Хаирова, Л. В. Секретова, Б. Г. Хаиров // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 4 (47). – С. 424–427.

3.2. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ИНДУСТРИИ В БЕЛАРУСИ

3.2.1. Сущность культурно-досуговой индустрии как предпринимательской деятельности

Современные социально-культурные, социально-экономические условия и законодательная база нашей страны способствуют формированию и развитию культурно-досуговой индустрии. Это отрасль народного хозяйства, возникшая в связи с появившейся общественной потребностью и тенденцией к потреблению специально организованных видов и форм досуга.

Постепенно, по мере индустриализации общества предложение различных платных вариантов досуга сделалось прерогативой специализированных предприятий, составляющих сегодня во многих странах важную часть их социально-экономических систем и осуществляющих свою деятельность часто и за пределами собственной страны, даже в масштабах всего мира.

Культурно-досуговая индустрия в Беларуси развивается как предпринимательская деятельность в сфере культуры и досуга. Предпринимательство в культуре возникло в результате взаимопроникновения двух сфер – культуры и бизнеса. Эта деятельность в нашей стране начала развиваться с середины 1990-х гг. – периода рыночных отношений, которые сложились в рамках индустриальной и постиндустриальной модели развития общества. В стране был принят ряд законодательных актов, разрешающих предпринимательскую деятельность, в том числе в сфере культуры, искусства, досуга.

Так, в 1991 г. был принят Закон Республики Беларусь «О предпринимательстве в Республике Беларусь», утратил си-

лу принятым в 2010 г. Законом «О поддержке малого и среднего предпринимательства». Предпринимательские структуры – это группа рыночных субъектов, формирующая рыночную систему отношений и способствующая общественному прогрессу, вследствие чего государство объективно заинтересовано в развитии этого сектора экономики. Предпринимательство в сфере культурно-досуговой индустрии способствует насыщению рынка товарами и услугами необходимого качества, созданию новых рабочих мест, расширению конкуренции.

В недавно принятом Кодексе Республики Беларусь о культуре (2016) прописаны положения о государственно-частном партнерстве в сфере культуры, а также о том, что учреждения культуры могут осуществлять деятельность, которая приносит доход.

Современная структура культурно-досуговой индустрии в нашей стране представлена двумя секторами – государственным и негосударственным. Государственный сектор включает учреждения, которые помимо основного функционального предназначения оказывают населению платные культурно-досуговые и культурно-образовательные услуги. Источниками формирования внебюджетных доходов учреждений государственного сектора культуры являются такие услуги, как проведение концертов, спектаклей, шоу-программ, дискотек, мастер-классов, выставок, ярмарок, аукционов, реализация изделий декоративно-прикладного искусства, продукции специализированных и сувенирных магазинов и др. Так, к примеру, государственные дворцы и дома культуры предлагают населению платные кружки, дискотеки, концерты и т. д.

Негосударственный сектор представлен коммерческими и некоммерческими организациями, а также индивидуальными предпринимателями, оказывающими культурные и развлекательные услуги населению. Это диско-клубы и караоке-клубы, частные школы танцев, арт-школы, праздничные и ивент-агентства и др.

В настоящее время рынок культурно-досуговой индустрии представлен широчайшим ассортиментом продуктов и услуг на любой вкус, возраст и социальный статус, при этом нет четкого разграничения на основные и сопутствующие услуги. В нашей стране функционируют различные частные предприятия и фирмы: развлекательные учреждения (ночные клубы, ка-

раоке-клубы, боулинг-клубы, загородные клубы, киноустановки и т. д.), арт-агентства (праздничные, свадебные, ивент, концертно-гастрольные, продюсерские центры и т. д.), обучающие студии, курсы, школы (танцевальные, языков, рисования, росписи, обучения актерскому мастерству, вокалу, дизайну, школы искусств для взрослых, арт-курсы, модельные агентства и т. д.), частные учреждения сферы искусства: музеи, галереи, театры, антикварные салоны, креативные пространства, лофт-пространства т. д.

Культурно-досуговая индустрия как отдельная отрасль социально-культурной сферы 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 содействовали экономическое и социально-культурное развитие, коммерциализация досуга, увеличение платежеспособности населения и спроса на культурно-досуговые услуги, создание на сложившемся широком рынке культурно-досуговых товаров и услуг конкурентной ситуации. 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 крупных городов. Культурно-досуговая инфраструктура в крупных белорусских городах сегодня представлена культурно-развлекательными и спортивно-культурными комплексами и центрами, кинотеатрами, детскими развлекательными центрами, диско-клубами и ночными клубами, караоке-клубами, клубами-ресторанами, спорткомплексами, пейнтбольными клубами, боулинг-клубами, бильярд-клубами, казино, игровыми центрами и др.

Особой популярностью у населения начинают пользоваться большие многофункциональные культурно-развлекательные центры и комплексы. Они имеют многоцелевое назначение и включают рестораны, кафе, детские развлекательные центры, ледовые катки, площадки для концертных выступлений и пр. Помимо успешно функционирующих комплексов в крупных городах планируется строительство новых культурно-развлекательных центров.

В Беларуси открыты многопрофильные культурно-спортивные комплексы («Минск-Арена», «Чижовка-Арена»). Это современные комплексы международного уровня для проведения спортивных и культурных мероприятий различного уровня. В комплексах работают тренажерные залы, залы для занятий различными видами спорта, корты для игры в бадминтон, дорожки для катания на роликах. Систематическое проведение концертов звезд мирового шоу-бизнеса стало возможным в нашей стране именно с открытием этих комплексов.

Тесное объединение бизнеса с культурно-досуговой индустрией напрямую связано с активным развитием торгово-развлекательных центров. Развлечения становятся неотъемлемой частью многих современных торговых центров. Развлечения притягивают посетителей – именно поэтому торговые центры стали размещать на своих площадях кинотеатры, боулинги, детские развлекательные комплексы, бильярдные клубы, аттракционы, игровые аппараты, рестораны, кафе.

Из года в год в белорусских городах растет число потребителей, которым выгодно с учетом больших расстояний и дефицита свободного времени покупать продукты, платить за услуги, посещать развлекательные мероприятия в одном месте. Нередко предпочтение отдается тому торгово-развлекательному центру, где можно отдохнуть всей семьей – посетить кинотеатр, боулинг или детский развлекательный комплекс. С постепенным увеличением доходов населения растет спрос на услуги в досугово-развлекательной сфере и приходит понимание того, что «шопинг» удобно совмещать с развлечениями.

Возможность содержательно отдыха, общения, рекреации предоставляют культурно-развлекательные комплексы, расположенные на берегах рек и озер Беларуси. Они предлагают возможность проведения семейного и корпоративного отдыха и создают комфортные условия для организации деловых, спортивных и развлекательных мероприятий: корпоративных, профессиональных праздников, дней рождения, юбилеев, свадеб, детских праздников и утренников, спартакиад, конференций, семинаров, банкетов и т. д. Для активного и познавательного отдыха предлагаются посещения музеев, зоопарка, спортплощадка, дискотеки, караоке и т. д.

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 этих центрах есть все условия для проведения частных праздников и корпоративных мероприятий любого формата: от спортивных турниров до закрытых вечеринок и корпоративных праздников.

Достаточно большое количество диско-клубов, бильярд-клубов, боулингов дает возможность людям отдохнуть и пообщаться. Также открылся гольф-клуб «Минск».

Все вышеперечисленные центры и комплексы предоставляют широкий и разнообразный комплекс культурно-досуговых услуг различным категориям населения.

В Беларуси планируется строительство новых культурно-развлекательных центров, где будет представлен широкий спектр досугово-развлекательных услуг: кафе, бары, оздоровительные комплексы, кинозалы, боулинг-центры, крытые теннисные корты, бассейны, фитнес-клубы, сауны, комплексы аттракционов, тренажерные залы.

Увеличивается число частных галерей, что говорит о развитии спроса на галерейно-выставочную деятельность. Открываются выставочные пространства и галереи, которые не только ведут выставочную деятельность и продажу картин, но и организуют литературные вечера и презентации, творческие мастерские, семинары, лекции, мастер-классы, художественные акции.

В настоящее время в Беларуси посещение кинотеатров превратилось в один из самых массовых форм проведения досуга. В последние годы посещаемость белорусских (особенно минских) кинотеатров резко возросла. Кинозалы открываются в торгово-развлекательных центрах. В развитых странах большой популярностью пользуются мультиплексы как наиболее современные субъекты культурно-досуговой индустрии. Прежде всего они обеспечивают прокат большого количества картин.

Однако популярные во всем мире кинотеатры – 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, те-

атрализованные программы. В этом направлении нужно двигаться и белорусским кинотеатрам.

Предпринимательская активность на кинопрокатном рынке проявляется в открытии частных кинотеатров, например сети Silver Screen. Большое разнообразие фильмов в этих кинотеатрах стало возможным благодаря взаимодействию со всеми компаниями-прокатчиками, представленными на российском и зарубежном рынке.

В условиях возрастающей конкуренции на рынке кинопроката Silver Screen видит одной из основных задач сохранение своего зрителя. Для этого постоянно расширяется спектр дополнительных услуг. Создан корпоративный сайт для получения полной информации о кинотеатрах, репертуаре, расписании сеансов и пр., работает единая телефонная справочная служба, есть услуга по покупке билетов в режиме on-line через сайт. Функционирует сектор общественного питания. Созданы специальные клиентские программы, позволяющие предоставлять льготы пенсионерам, студентам, инвалидам и т. д. Применяются методы привлечения зрителей в кинотеатр Silver Screen (участие в программе лояльности, возможность участвовать в игре с весомыми призами и т. п.).

Можно прогнозировать возникновение в ближайшем будущем в каждом районе крупного города культурно-досуговых центров. При создании таких центров важно проектировать полный комплекс услуг, необходимых для организации активного отдыха разновозрастных категорий населения, развлечений, восстановления физических и духовных сил.

Культурно-досуговая инфраструктура не всегда в полной мере может удовлетворить культурные и досуговые запросы населения (особенно молодежи), поэтому в Беларуси (как и во многих странах мира) получили свое развитие так называемые креативные/творческие/арт-пространства и креативные (арт) кластеры. Идея таких пространств возникла в 40-х гг. XX в. в США в результате переноса промышленных предприятий на окраины города из-за увеличения цен на городскую землю. Опустевшие промышленные предприятия и зоны стали местом средоточия представителей творческих профессий в связи с низкой ценой аренды и возможностью для нестандартного использования данных помещений.

Креативный/творческий кластер – это культурно-предпринимательское объединение, функционирующее на территории бывшей промышленной зоны (предприятия), которое объединяет самостоятельные фирмы и предприятия, работающие на производство, продвижение и продажу культурного, досугового, интеллектуального продукта/услуги (это выставочные пространства, арт-студии, дизайн-бюро, книжные магазины, киностудии и т. п.) и взаимодействующие в рамках одной стратегии.

Креативные/арт-пространства представляют собой площадки для реализации временных творческих мероприятий и проектов: на их территории проходят выставки, творческие вечера, фэшн-показы, семинары, лекции, мастер-классы и т. п.

Особое внимание в развитии культурно-досуговой индустрии уделяется маркетинговым технологиям. В настоящее время учреждениям и организациям необходимо вести базы данных постоянных посетителей, зрителей, экскурсантов. Хорошо ведется работа с членами виртуальных сообществ. Добиться результата помогает масштабность и систематичность проведения рекламных и PR-акций.

Одним из важнейших принципов в развитии культурно-досуговой индустрии становится принцип комплексности услуг (культура плюс индустрия развлечений плюс здоровье плюс спорт плюс образование), предоставляемых организацией. Обращается внимание не только на необходимость продвижения культурно-досуговых товаров и услуг, но и на продвижение организации и ее деятельности.

Когда речь идет о сфере досуга, то в продвижении товаров и услуг учитывается: люди потребляют не столько сами товары и услуги, сколько их символическое значение. Важнейшим направлением деятельности любого учреждения культурно-досуговой сферы становится формирование имиджа и престижа. В Беларуси есть предприятия, которые успешно решают такого рода задачи. Достаточно упомянуть грамотные маркетинговые проекты минского парка развлечений «Dreamland».

Организации, предприятия и центры в сфере индустрии досуга предоставляют большое количество рабочих мест населению, что также является еще одним весомым аргументом в пользу их дальнейшего развития.

Таким образом, *основными тенденциями развития* культурно-досуговой индустрии в Беларуси можно считать следующие:

- развитие культурно-досуговой индустрии как предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга;
- рост коммерческих фирм, малых и средних предприятий в сфере культурно-досуговой индустрии;
- расширение объема и улучшение качества культурно-досуговых продуктов и услуг;
- развитие государственного и коммерческого секторов культурно-досуговой индустрии;
- структуризация и сегментирование культурно-досуговой индустрии в Беларуси;
- многофункциональность культурно-развлекательных центров и комплексов;
- появление инновационных творческо-предпринимательских структур – креативных кластеров и арт-пространств;
- активное применение маркетинговых технологий как инструмента продвижения культурно-развлекательных услуг.

Белорусским специалистам следует опираться на имеющийся мировой и отечественный опыт использования управленческих, экономических, маркетинговых стратегий и технологий в области культурно-досуговой индустрии, экономическое и социально-культурное значение которой в связи с формированием «цивилизации досуга» будет неуклонно возрастать.

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте сущность культурно-досуговой индустрии как предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга.
2. Какими секторами представлена структура культурно-досуговой индустрии в нашей стране?
3. Охарактеризуйте основные тенденции развития культурно-досуговой индустрии в Беларуси.
4. Почему важны маркетинговые технологии в культурно-досуговой индустрии?

Рекомендуемая литература

1. Лебедева, Е. А. Стратегия продвижения культурного продукта / Е. А. Лебедева // 60 параллель. – 2003. – № 2 (9). – С. 15–17.
2. Социологическая энциклопедия : в 2 т. / рук. науч. проекта Г. Ю. Семигин ; гл. ред. В. Н. Иванов. – М. : Мысль, 2003. – Т. 1. – 694 с.

3.2.2. О развитии ивент-индустрии в Беларуси

В последние годы в нашей стране развивается event(ивент)-индустрия как технология организации специальных мероприятий. Субъекты данной индустрии – ивент-агентства и ивент-студии – занимаются организацией и проведением праздничных, деловых, корпоративных и других специальных мероприятий. Их деятельность востребована на рынке услуг индустрии досуга, так как они предоставляют заказчикам весь спектр организационных услуг: от идеи проведения мероприятия до его полного воплощения с учетом запросов и интересов заказчика.

Ивент-индустрия получила самое широкое развитие во многих странах мира. Проводятся конкурсы и международные фестивали (Global Event Awards), на которых позиционируются ивент-проекты, представляемые агентствами и организациями сферы ивент-индустрии.

Следует согласиться с мнением: event-менеджмент – это огромный пласт различных действий, своеобразная программа управления мероприятием как проектом. Event-менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием (в переводе event и означает «событие, мероприятие»), т. е. функции классического менеджмента. По мнению ряда авторов, в частности таких, как В. Новиков, А. Ульяновский, Е. Ходак, ивент-менеджмент решает задачи рекламирования организаций и предприятий, формирования устойчивых партнерских отношений, налаживания связей между различными субъектами рынка, стимулирования развития организации, повышения уровня корпоративной культуры и многое другое.

Ивент-мероприятия – современное и актуальное явление, связанное с возрастающим интересом организаций к данному

виду социально-культурной практики, данному виду праздника как эффективной маркетинговой коммуникации, одной из форм проявления организационной культуры и имиджевой стратегии организации. То есть ивент-мероприятия – всегда инструмент маркетинговой коммуникации и PR. Цель ивент-мероприятий – продвижение товара или услуги, установление позитивного имиджа компании как во внутренней, так и во внешней среде. В процессе таких мероприятий реклама и другие способы продвижения товаров и услуг превращаются в значимое событие, в праздник, имеющий как социальные, так и экономические цели.

Ивент-мероприятия могут иметь разные виды, масштабы и цели. Осуществляются ивент-мероприятия в форме праздников, концертов, презентаций, экскурсий, выставок, ярмарок, семинаров, ток-шоу, спортивных мероприятий, юбилеев, симпозиумов, конференций, а также других развлекательных мероприятий.

Как отмечает один из известных продюсеров и экспертов в области ивент-менеджмента Марк Сондер, «успех мероприятия зависит от составления всеобъемлющего стратегического плана и его выполнения. Для координации усилий большого количества людей, часто находящихся в разных географических точках, требуется внимание к каждой мелочи. Это – не самая интересная часть работы, но, безусловно, самая необходимая» [9, с. 188].

То есть ивент-менеджмент – событийный менеджмент, необходимый именно для того, чтобы такое мероприятие было исключительным, особенным. Как видим, в сфере ивент-индустрии находят самое непосредственное применение технологии арт-менеджмента.

В целом же в структуре современной event-индустрии выявляются следующие виды профессиональной деятельности арт-менеджера: организационно-досуговая деятельность по осуществлению информационно-коммуникативных, рекреационно-оздоровительных, художественно-творческих и празднично-зрелищных мероприятий; сценарно-проектная деятельность по разработке маркетинговой и художественной концепции корпоративных мероприятий; информационно-методическая деятельность по изучению и систематизации опыта организации досуга и способов формирования корпоративной культуры

организации; организационно-маркетинговая деятельность по выявлению корпоративных интересов организации, по формированию имиджа организации и позиционированию ее на внутреннем и внешнем рынках.

В сфере ивент-индустрии получают развитие следующие организационно-творческие и менеджерско-управленческие технологии:

- планирование, согласование, проведение и контроль мероприятий (PR-мероприятий, конференций, пресс-конференций, благотворительных акций, нестандартных мероприятий);

- управление взаимоотношениями с PR-агентствами и оценка эффективности сотрудничества;

- разработка и реализация концепций, идей, механизмов и сценариев мероприятий, соответствующих поставленным целям, посредством тесного сотрудничества с PR-агентствами;

- оценка эффективности мероприятий, поиск путей их совершенствования;

- ведение спонсорских проектов: разработка стратегии, постановка коммуникационных целей (включая позиционирование бренда, уровень его узнаваемости), размещение промо-материалов в рамках спонсорских проектов;

- построение отношений с другими отделениями компании: участие в профессиональных клубах, общих встречах, церемониях и т. д.;

- мониторинг происходящих в ивент-индустрии изменений (в деятельности ведущих ивент-агентств), отраслевых трендов и инноваций [5, с. 274–280].

Специалисты ивент-агентств призваны вести рекламно-информационную, рекреационную и культурно-зрелищную деятельность среди населения; организовывать ивент-мероприятия (событийные мероприятия) в соответствии с корпоративными потребностями организаций; разрабатывать программы культурно-досуговых мероприятий различной направленности; содействовать решению социально-психологических проблем организации; обеспечивать промоушен и продюсирование ивент-мероприятий; формировать социально-культурную среду для эффективного развития организационной и корпоративной культуры; содействовать позиционированию организации средствами ивент-мероприятий.

Как и во многих других странах, в Беларуси функционирует значительное количество разных ивент-агентств (праздничных агентств, концертных агентств) [1; 11]. Существует профессиональная премия в области ивент-индустрии, на которую представляются проекты: лучший ивент для бренда, лучшее ивент-мероприятие, лучший корпоративный праздник, лучший корпоративный проект, социальный проект, праздничный проект, свадебный проект и т. д. В 2013 г. создан «Клуб белорусских ивенторов», способствующий обучению и профессиональному росту белорусских ивент-менеджеров [1].

Вместе с тем, несмотря на рост популярности событийных мероприятий, а также спрос на ивент-услуги, существует проблема, связанная с отсутствием профессионально подготовленных специалистов в области ивент-менеджмента.

Многие работники культуры в регионах, обладая значительным опытом организации концертно-зрелищных программ, включаются в процесс оказания платных услуг по проведению ивент-мероприятий и испытывают определенные трудности профессионального порядка, прежде всего недостаток знаний в области событийного менеджмента и маркетинга.

Ситуация осложняется тем, что до настоящего времени опыт деятельности ивент-агентств недостаточно отрефлексирован, ощущается нехватка специальных исследований данного сегмента рынка ивент-услуг, вследствие чего отсутствуют необходимые образовательные программы, а профессии «ивент-менеджер» обучаются непосредственно в специализированных агентствах в процессе работы. Это зачастую влечет некачественный продукт, выпускаемый на рынок ивент-услуг, и даже негативное восприятие событийных мероприятий. Представляется, что подобные обстоятельства определенным образом тормозят развитие ивент-индустрии в Беларуси.

Основываясь на практических наблюдениях, а также анализе публикаций по данной проблематике, можно сделать вывод, что ивент-маркетинг в Беларуси находится на стадии своего становления. Представляется, что более эффективное внедрение технологий ивент-менеджмента в социально-культурную практику требует создания специальных образовательных программ по специальности «ивент-менеджмент» как направления профессиональной деятельности в структуре маркетинговых коммуникаций.

Вопросы для самопроверки

1. Что такое ивент-индустрия?
2. Дайте определение ивент-менеджменту.
3. Каковы формы и цели ивент-мероприятий?
4. Выделите виды профессиональной деятельности арт-менеджера в современной ивент-индустрии.

Рекомендуемая литература

1. Белорусский ивент требует цивилизованного развития и профкадров // Marketing.by : онлайн журнал. – 2014. – 5 нояб. – <https://marketing.by/mnenie>.
2. *Джей, Э.* Эффективная презентация / Энтони Джей ; пер. с англ. Т. А. Сиваковой. – Минск : Амалфея, 1997. – 208 с.
3. Event-индустрия в России: с каждым днем лучше // Ad Me.ru : сайт о рекламе. – <http://www.adme.ru/column/9069>.
4. *Крысов, А.* Специальное мероприятие – инвестирование в будущее / А. Крысов // e-ТОП-Персона : электронная газета о работе и карьере. – 2009. – № 5. – www.top-persona.by.
5. *Макарова, Е. А.* Event-менеджмент как специальность переподготовки в системе дополнительного образования / Е. А. Макарова, А. А. Кушнеревич // Культура Беларуси: рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф. (12–13 чэрв. 2012 г.) / Ін-т культуры Беларусі. – Мінск, 2012. – С. 274–280.
6. *Назимко, А.* Событийный маркетинг: Руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. – М. : Вершина, 2007. – 224 с.
7. *Новиков, В.* Прибавка к премии. Праздники для сотрудников стали неотъемлемым элементом корпоративной культуры / В. Новиков // Эксперт Северо-Запад. – 2001. – № 26 (55).
8. *Солоноко, О.* Белорусский event-рынок, или Голь на выдумки хитра! / О. Солоноко [и др.] // Marketing.by: онлайн журнал. – <https://marketing.by/analitika> (1 авг. 2008 г.).
9. *Сондер, М.* Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы : пер. с англ. / Марк Сондер. – М. ; СПб. : Вершина, 2006. – 543 с.
10. *Хальцбаур, У.* Event-менеджмент : пер. с англ. / У. Хальцбаур [и др.]. – М. : Эксмо, 2006. – 384 с.

11. *Ходак, Е.* Праздник как инструмент внутреннего PR / Е. Ходак // PR News : электронная газета. – 2000. – № 2. – https://pr-news.su/publikat/n2/2_S.htm.

12. Шоу-бизнес в Беларуси, 2013 : справ. / сост. Т. Воронина [и др.]. – Минск : Мэджик, 2012. – 276 с.

3.2.3. Особенности развития рынка культурно-досуговых услуг на региональном уровне

Культурно-досуговая сфера является частью социально-экономической жизни общества и сформировалась в целую производственную отрасль. Но в отличие от материального производства выпускаемая продукция учреждений культурно-досуговой сферы представляет не только товар, сколько услугу.

Сфера культурно-досуговых услуг одна из самых перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Отдельные аспекты проблемы потребления культурных благ, приобщения населения к культурным ценностям актуализируются в трудах исследователей современной культуры, культурной глобализации, культурной политики.

По мнению специалистов, к культурным услугам относят востребованные на социокультурном рынке продукты, не являющиеся товарами. Они приобретают развивающий, образовательный и творческий характер, включают в себе содержательно-духовный потенциал [1, с. 110]. 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 с учетом общекультурных, политических, социальных, профессиональных и прочих интересов различных категорий населения.

Современный этап развития сферы культуры непосредственно связан с организационно-экономическими преобразованиями. В этой связи в культурно-досуговой сфере возросла необходимость поиска новых путей и механизмов в решении проблем учреждений культурно-досуговой сферы, развития

эффективной системы их управления. Именно исследовательская деятельность является важным направлением, ориентирующим учреждения культурно-досуговой сферы на удовлетворение реальных интересов населения; необходимо знать востребованность и общественную значимость тех или иных культурных услуг, предоставляемых учреждениями культурно-досуговой сферы.

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 (денег) у покупателя [2].

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

Субъектами культурно-досуговой деятельности являются клубные учреждения (дворцы и дома культуры, сельские клубы, центры досуга и др.), кинотеатры, санаторно-курортные и спортивно-оздоровительные учреждения, туристско-экскурсионные предприятия, коммерческие культурно-развлекательные учреждения (диско-клубы, культурно-развлекательные центры, бильярд-клубы, боулинг-клубы), любительские объединения, общественные организации и т. д.

Социально-культурные учреждения (театры, музеи, библиотеки, филармонии) также включены в процесс организации культурно-досуговой деятельности населения, так как предоставляют населению культурные услуги, которые люди потребляют в рамках досугового времени. Основной деятельностью учреждений и организаций культурно-досуговой сферы является предоставление населению разнообразных услуг социально-культурного, просветительного, развлекательного характера, создание условий для развития любительского художественного творчества и досуга населения.

Основными культурно-досуговыми учреждениями в нашей стране являются клубные учреждения системы Министерства

культуры, более 90 % которых находятся в сельской местности. Для Беларуси характерно неравномерное размещение культурно-досуговых учреждений и объектов в сельских регионах, что вносит диспропорцию в объем и качество культурного обслуживания жителей поселений различного типа.

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, конкурсno-игровые программы, концерты-поздравления, вечера отдыха, театрализованные представления, литературно-музыкальные гостиные, праздничные мероприятия и народные гуляния, 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 для взрослых и детей), спортивно-оздоровительные услуги (занятия аэробикой, фитнесом, бильярдом), развлекательно-коммуникативные услуги (вечера встреч, студии детского досуга, тематические вечера отдыха и тематические развлекательные программы – как для детей, так и для взрослых), музыкально-развлекательные услуги (дискотеки, танцевальные вечера), зрелищные мероприятия (кинопоказы, театрализованные представления, выездные концерты и выездные спектакли), культурно-познавательные услуги (экскурсии), специфические социально-культурные услуги (услуги культурного организатора 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. В качестве потенциально востребованных услуг клубные посетители отмечают такие, как: спортивно-оздоровительные занятия (услуги спортивных секций и спортивных залов, занятия настольным теннисом, биль-

ярдом), 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. Так, по результатам анкетирования, проведенного среди директоров сельских клубов и сельских домов культуры Минской области в 2015 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 для самопроверки

1. Дайте определение культурной услуги.
2. Назовите субъекты организации культурно-досуговой деятельности.
3. Какие клубные культурно-досуговые услуги пользуются наибольшим спросом у населения?

Рекомендуемая литература

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

2. Зиятдинова, Ю. Е. Ноосфера культурных потребностей: социокультурный феномен: автореф. дис. ... докт. социол. наук : 22.00.06 / Ю. Е. Зиятдинова ; Адыг. гос. ун-т. – Майкоп, 2010. – 52 с.

3.3. ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В БЕЛАРУСИ

В современном обществе активно утверждается новая концепция социального и экономического развития, выдвигающая культурные ресурсы и творчество на первый план постиндустриальной экономики. Этот инновационный сектор называют творческими (культурными) или креативными индустриями (creative industries). *Творческие индустрии являются важным компонентом культурно-досуговой индустрии*, при этом они могут развиваться и в других сферах. Несмотря на достаточно широкое присутствие научных работ и аналитических отчетов, посвященных сектору творческих индустрий, сам термин «творческие индустрии» не имеет четких границ.

Разные исследователи наполняют термин разным содержанием. «Creative industries» с английского языка переводится и как «творческие индустрии», и как «креативные индустрии». Мы не считаем необходимым проводить разделение между «творческими индустриями» и «креативными индустриями». В нашем исследовании термины «творческие индустрии» и «креативные индустрии» используются как синонимичные.

Одной из наиболее значимых целей развития культуры нашей страны на ближайшие десятилетия становится формирование креативного культурного пространства. Сфера культуры при сохранении традиционного вектора должна стать также пространством инноваций и одним из факторов развития инновационной экономики. В этом контексте тема формирования нового городского и регионального пространства под воздействием современных культурных (творческих) индустрий необычайно актуальна. Наиболее значимым и часто цитируе-

мым определением творческих секторов является дефиниция, данная в 1998 г. британским департаментом культуры, медиа и спорта: «*Творческие индустрии – это деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, мастерство и талант и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет развития интеллектуальной собственности*» [8]. Творческие индустрии выступают как тип социально-культурных практик, сектор экономики, интегрирующей доминантой в которых выступает творческая культурная компонента.

Креативные/творческие индустрии это не единая отрасль, они включают в себя множество сегментов, предоставляющих разные возможности вести экономическую деятельность.

Первоначально в Великобритании следующие индустрии были определены как творческие: реклама, архитектура, искусство и рынок антиквариата, ремесла, дизайн, дизайнерская мода, фильмы, интерактивное программное обеспечение досуга (т. е. видеоигры), музыка, исполнительские виды искусства, издательское дело, программное обеспечение, телевидение и радио. Вместе с тем каждая страна (город, регион) в соответствии со спецификой своего развития определяет те сферы, которые входят в понятие «творческие индустрии», расширяя и дополняя базовый список.

Британский исследователь в области культурных индустрий Джеффри Браун выделяет 4 ключевых элемента концепции творческих индустрий: 1. Базируются на творческих, художественных способностях индивидов. 2. Действуют в союзе с менеджерами и технологами. 3. Создают рыночные продукты. 4. Экономическая ценность заключена в их культурных (или «интеллектуальных») свойствах» [1].

Творческие индустрии на практике включают организации, центры и компании, ведущие предпринимательскую деятельность, при которой экономическая ценность производимых товаров или услуг неразрывно связана с их существованием в качестве элемента культуры. В сфере творческих индустрий работают, как правило, малые и средние предприятия, производящие культурные, интеллектуально-творческие продукты и услуги.

Как инновационные предприятия, являющие собой квинтэссенцию творческих индустрий, создаются и успешно функцио-

нируют творческие кластеры – сообщества творчески ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории.

Одним из приоритетных механизмов развития современных городов становятся креативная экономика и творческие индустрии, материально-пространственным выражением которых стали, в частности, креативные пространства и творческие кластеры.

В европейских городах на территориях заброшенных помещений бывших заводов и фабрик стали формироваться творческие кластеры – особые места, где несколько предприятий, фирм, мастерских, офисов объединены в общем пространстве и заняты в секторе творческих индустрий.

Творческий кластер означает группу взаимосвязанных фирм, предприятий, центров, сосредоточенных на одной территории и работающих в сфере производства творческого и интеллектуального продукта/услуги.

Творческие кластеры представляют собой комплексы творческих мастерских по изготовлению художественной продукции (сувениров, кукол, изделий декоративно-прикладного искусства), издательских центров, образовательных центров и студий, дизайнерских и рекламных фирм, галерейно-выставочных пространств и т. п. Важнейшей характеристикой творческих кластеров является сочетание творчества и бизнеса, которое в итоге способствует производству культурных продуктов и услуг.

Понятие креативного (творческого) кластера вводит в научный оборот эксперт ЮНЕСКО по креативным городам Саймон Эванс в 2006 г. и определяет его как «сообщество творчески ориентированных предпринимателей, которые взаимодействуют на замкнутой территории».

Творческий кластер – пространственная концентрация независимых предприятий, отдельных творческих личностей, организаций, относящихся к сфере творческих индустрий или обеспечивающих процесс производства, продвижения и реализации на рынке производимого продукта. Основным продуктом, который производится творческим кластером, является результат творческой деятельности с привлечением различных видов ресурсов. Сотрудничество в рамках такого кластера может быть уставным или налаженным в прямой творческой,

технологической, организационной, экономической и других формах сотрудничества [2, с. 61].

Творческий кластер – место, где культурно-досугово-творческие продукты и услуги не только производятся, но и потребляются. Это является важным отличием творческого кластера от промышленного, который не ориентирован на внутреннее потребление.

Креативными пространствами называют публично доступные места города (лофты, арт-территории, арт-центры и др.), нацеленные на привлечение творческого сообщества, на реализацию культурных проектов, где люди могут демонстрировать другим результаты своего творчества и взаимодействовать с другими «не в роли потребителя товаров или работника компании, а в роли создателя, разработчика, творца уникального продукта своей личности» [6, с. 650].

Креативные пространства и творческие кластеры – это не просто географические места и не новые типы «домов культуры», а инновационные культурные центры-сообщества, имеющие определенную миссию – развитие культурного предпринимательства, творческой городской среды и поддержка инициатив населения в области культуры и искусства.

Среди основных исследователей данной проблематики можно отметить западных и российских социологов, культурологов, философов: Джон Хокинс, Энди Си Пратт, Ричард Флорида, Чарлз Лэндри, Франко Бьянчини, Дэвид Хезмондалш, Е. В. Зеленцова, Н. В. Гладких, Т. Н. Суминова, Д. Э. Мильков, М. Б. Гнедовский, А. А. Васецкий, С. Э. Зуев, Е. Р. Хакимова, А. А. Гончарик, И. А. Стеклова, Н. Г. Федотова, Л. Ю. Кузюникова, А. Н. Сапрыкина.

Отечественные исследователи также активно изучают данную тему в контексте развития социально-культурной ситуации. Среди них можно назвать: И. Мацевич, В. Криштаносов, С. Любимов, И. Смаргович, Н. Илькевич, А. Карпеко, Д. Коренко и др. Отраслевая газета «Культура» поднимает вопросы функционирования кластеров в сфере культуры, туризма. Особенно активно эту проблему обсуждают специалисты-практики.

Развитие креативных пространств и творческих кластеров обусловлено в первую очередь тем, что последние десятилетия прошлого века многие страны осуществили переход от индустриальной экономики к постиндустриальной – это выразилось

в перемещении промышленных предприятий из индустриально развитых стран в регионы с дешевой рабочей силой и более выгодными экономическими условиями.

Последствиями стали остановки предприятий, безработица бывших промышленных комплексов, возникли проблемы с занятостью населения. Культурный ресурс стал выходом в данной ситуации. Е. Зеленцова и Н. Гладких, авторы одного из первых российских изданий, посвященных творческим индустриям, отмечают, что в Великобритании «уже с конца 1960-х годов... были созданы программы развития творческих индустрий, которые обеспечили новый приток капитала, новую структуру занятости и сформировали новые источники доходов» [3, с. 9].

Появление и развитие креативных пространств и творческих кластеров обусловлено следующими факторами: меняющиеся социальные и экономические условия жизни горожан, расширение информационного пространства, быстро растущие культурные и досуговые потребности населения, развитие возможностей культурного предпринимательства, формирование креативной индустрии, мировой индустрии досуга и внеинституциональных форм культурно-досуговой деятельности населения, а также тот фактор, что городская культурно-досуговая инфраструктура не всегда может в полной мере удовлетворить запросы населения (особенно молодежи) в реализации творческого потенциала.

Все вышеперечисленные факторы значительным образом способствовали необходимости новых культурных пространств, на территории которых были бы созданы все условия для творческой самореализации населения и создания культурных продуктов и услуг. Быстрое развитие творческих кластеров и пространств обусловлено также ростом их влияния на культурные процессы городов, культурную перспективу и подкреплено их экономическим потенциалом.

Д. Н. Суховская отмечает, что креативные пространства также являются важным показателем различных условий существования разных стран и регионов и определяют потенциал развития страны и общества, так как посредством их:

- формируется творческая среда поселения;
- инвестируются финансовые ресурсы в креативных людей, а также создаются инновации для сферы культуры в целом;

- формируется востребованность творческого (креативного) потенциала через создание новых рабочих мест;
- разрабатывается и продвигается новейший интеллектуальный продукт;
- поддерживается экономическая, культурная и политическая коммуникации – обратная связь между производством и потреблением, технологией и содержимым, общественным удовлетворением и мобильностью;
- формируются пути выхода из экономического кризиса, связанного с реструктуризацией и модернизацией экономики страны, региона и города – тем самым наблюдается рост конкурентоспособности страны/региона/города;
- создается новый имидж и формируется социальная идентификация, возрождение регионов и пространств; решаются социальные задачи – развитие местных сообществ и их интеграция, а также осуществляется диалог местных сообществ [5, с. 716].

Творческие индустрии получают развитие и в нашей стране. В Беларуси постепенно развивается культурное предпринимательство, при котором и государственные, и коммерческие структуры начинают инвестировать финансы в развитие заброшенных предприятий и территорий и создают на их месте креативные пространства.

В Беларуси пока в большей степени развиваются так называемые креативные пространства. Они становятся центрами развития городской среды в отдаленных или слаборазвитых районах, притягивают к себе лучшие творческие ресурсы городов и создают условия для развития инновационной творческой среды.

На территориях закрывшихся промышленных предприятий начали открываться креативные пространства и центры, на базе которых работают арт-галереи, книжные и сувенирные магазинчики, антикафе, творческие школы и студии, проводятся различные культурные и досуговые мероприятия, проекты и программы. Рост подобных культурных формирований свидетельствует о том, что данное движение будет расти и активно влиять на развитие творческой среды.

Так, к примеру, в Минске одним из первых креативных пространств был лофт-проект «Балки» – это арт-пространство для проведения выставок, лекций, тематических программ, мастер-

классов, встреч, съемок, корпоративных и праздничных мероприятий, семинаров и т. п. Также одним из первых креативных пространств в Беларуси можно считать галерею «Ў». Пространство галереи, помимо своего целевого предназначения, могло использоваться для проведения встреч, лекций, тематических программ, выставок художников и фотографов, мастер-классов, презентаций.

В Минске плодотворно работают креативные пространства, которые предоставляют услуги по организации выставок, неформатных семинаров, лекций, перформансов, тренингов, кинопоказов, фестивалей, образовательных проектов, мастер-классов, ток-шоу, а также предлагают в аренду офисные места для коворкинга как новой структуры в организации труда не на работодателя, а на самого себя.

В качестве положительной тенденции следует отметить, что в Беларуси растет количество новых креативных пространств, которые становятся местом реализации новых творческих проектов и мероприятий. За последние годы в Минске, Бресте, Витебске открыты креативные пространства и хабы (центры). На их базе проходят образовательные, развлекательные программы, тренинги, семинары, творческие встречи, кинопоказы, функционирует коворкинг.

Некоторые арт-пространства со временем вполне могут стать полноценными белорусскими творческими кластерами, нацеленными на творческое предпринимательство, образовательные процессы, сотрудничество творческих личностей и структур. На их территории будут работать творческие мастерские, арт-школы и студии, типографии, концертные площадки, шоурумы и т. д. Будут проводиться мастер-классы, встречи, презентации, лекции, кинопоказы, выставки, вечеринки и т. п.

В Беларуси разработана правовая и методическая база по созданию кластеров (в том числе творческих кластеров). Это постановления Совета Министров Республики Беларусь от 16.01.2014 № 27 «Об утверждении Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров в Республике Беларусь и мероприятий по ее реализации», от 29.01.2021 № 56 «О Государственной программе “Малое и среднее предпринимательство”» на 2021–2025 годы; «Руководство по созданию и организации деятельности кластеров в Республике

Беларусь» (Совет по развитию предпринимательства в Республике Беларусь, Восточный комитет германской экономики).

Кроме этого, создателям кластеров необходимо изучать международные документы по кластеризации: «Манифест кластеризации в странах ЕС» (2006), «Европейский кластерный меморандум» (2008).

Необходимо при этом заметить, что творческие кластеры, конечно, имеют свою специфику, поэтому также требуются специальные разработки и правовые документы, касающиеся создания и функционирования именно творческих кластеров.

Планируется вынести ряд предприятий за черту города Минска, а пустующие здания отдать под креативные кластеры и пространства. Этому процессу будет способствовать уже имеющийся научный и культурный потенциал города. Необходимо также внимание властей, нацеленное на создание условий для правовой, информационной и финансовой поддержки подобных проектов.

Сегодня ключевой характеристикой современных городских культурных пространств является их многофункциональность. Креативные пространства и творческие кластеры полностью соответствуют этому требованию – эти формирования открыты для различных социально-культурных и культурно-досуговых проектов, как традиционных, так и инновационных.

Креативное пространство предоставляет возможности и создает условия для творческой самореализации жителей города. Благодаря развитию креативных пространств малопривлекательные районы столичных и провинциальных городов могут превращаться в локации социально-культурной активности. Таким образом, функционирование креативных пространств и творческих кластеров способствует развитию городской инфраструктуры, культурного предпринимательства, увеличивает занятость населения, создает условия для реализации творческой активности горожан и поднимает уровень культурного потенциала города.

Примеры успешного опыта европейских и российских городов по претворению в жизнь теории творческих индустрий свидетельствуют о том, что воплощение данных идей реально и в Беларуси, но с учетом национально-культурных и социально-экономических особенностей. В стране существует богатый творческий потенциал, но креативному слою населения не хва-

тает инфраструктуры для самореализации, предпринимательского опыта и осознания необходимости кооперации.

Концептуально значимой в этом направлении для нашей страны определяется следующая структура: производитель творческих услуг и продуктов ↔ арт-менеджер (арт-агент) ↔ потребитель (зритель). У нас имеется достаточно большое количество людей творческих профессий, способных создавать творческий продукт, но вот совсем невелик пока класс так называемых арт-менеджеров (арт-агентов), умеющих продвигать и продавать эти продукты и услуги определенным целевым категориям населения.

Выбор целесообразной стратегии – вот первая из проблем развития творческих индустрий в нашей стране. Политика в области творческих индустрий в Беларуси может развиваться в следующем направлении:

- создание законодательной базы, финансовых и налоговых механизмов поддержки и развития творческих индустрий в Беларуси на основе международного опыта в этой области;

- подготовка специалистов-профессионалов в области творческих индустрий;

- создание творческих кластеров и развитие «творческих пространств» с учетом национальной социально-экономической и социально-культурной ситуации. Кластеры и «пространства» целесообразно располагать на территории заброшенных фабрик или заводов, давая новую жизнь «заброшенным» индустриальным пространствам. Это также позволит развивать предпринимательскую деятельность в сфере культуры, искусства, досуга;

- проведение курсов, обучающих и обменных семинаров, конференций для специалистов по бизнес-планированию в сфере творческих индустрий;

- развитие информационно-аналитического пространства в области творческих индустрий.

Представляется, что развитие компаний, центров и организаций в области творческих индустрий (например, творческих кластеров) способно придать новый импульс дальнейшему развитию белорусской культуры и разнообразить ее модель, дать новые рабочие места для предприимчивых специалистов в сфере культуры и досуга, упрочить репутацию страны как современного европейского культурного центра.

Однако, будучи инновационным направлением для Беларуси, продвижение творческих индустрий сопряжено с такими проблемами, как несовершенство законодательной базы, финансовых и налоговых механизмов поддержки и развития творческих индустрий; малоразвитость теоретической, аналитической и информационной базы творческих индустрий и др.

Необходимо на государственном уровне понимание значимости и признание творческих индустрий. Также их развитию будут способствовать различные формы сотрудничества и партнерства всех заинтересованных сторон – государства и местных властей, общественных организаций, бизнеса и т. п. Необходимо также использование опыта ведущих стран мира в данной отрасли, при этом образование в сфере творческих индустрий будет способствовать формированию группы профессионалов в данной области. Все это открывает новые возможности экономического и культурного роста, повышает конкурентоспособность страны в современных условиях.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение творческим/креативным индустриям.
2. Охарактеризуйте креативные пространства и кластеры как механизм развития творческой городской среды.
3. Опишите опыт деятельности креативных пространств в Беларуси.
4. По каким направлениям может развиваться политика в области творческих индустрий в Беларуси?

Рекомендуемая литература

1. Браун, Д. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории [Электронный ресурс] : презентация на семинаре «Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории», 14–18 июля 2003 г., Петрозаводск / Джеффри Браун. – www.cpolicy.ru/analytics/64.html.

2. Дацко, О. И. Творческие кластеры как перспективное направление развития территорий / О. И. Дацко, У. П. Бобко // Социально ориентированная модель экономического развития: опыт Германии и Беларуси: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18 мая 2011 г. / Фонд им. Фридриха Эберта [и др.]. – Минск, 2011. – С. 61–63.

3. Зеленцова, Е. Творческие индустрии: теории и практики / Е. Зеленцова, Н. Гладких. – М. : Классика-XXI, 2010. – 240 с.

4. Лимонов, Л. Э. Роль творческих индустрий в сохранении и использовании культурного наследия и обеспечении устойчивого развития территорий / Л. Э. Лимонов, Д. А. Табачникова // XII Междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества : в 4 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин. – М. : НИУ ВШЭ, 2012. – Кн. 3. – С. 150–157.

5. Суховская, Д. Н. Философские проблемы функционирования поселений и их креативных пространств в условиях урбанизированного социума в XXI веке / Д. Н. Суховская // Молодой ученый. – 2015. – № 7. – С. 713–717.

6. Суховская, Д. Н. Реализация творческого потенциала населения через креативные пространства города: лофты, зоны коворкинга, арт-территории / Д. Н. Суховская // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 650–652.

7. Хаирова, С. М. Маркетинговый подход к развитию индустрии досуга при взаимодействии властных и предпринимательских структур / С. М. Хаирова, Л. В. Секретова, Б. Г. Хаиров // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 4 (47). – С. 424–427.

8. What are Creative Industries and Creative Economy [Electronic resource] / British Council. – http://creativecities.britishcouncil.org/creativeindustries/what_are_creative_industries_and_creative_economy.

Заключение

В последние годы увеличивается объем литературы, посвященной проблемам дальнейшего развития культурно-досуговой сферы. Актуализировалось стремление ученых переосмыслить целый ряд вопросов, связанных с обеспечением функционирования различных досуговых объектов и систем: рекреационно-оздоровительных, коммуникативных, развлекательно-образовательных и др.

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.

Сегодня происходит пересмотр и переоценка сущности досуга как общественного достояния. Досуг все больше воспринимается как пространство, где происходит самореализация личности, раскрытие ее творческого потенциала. Наблюдается существенный рост значимости культурно-досуговой деятельности в обществе.

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, обеспечить получение необходимой информации, возможность реализовать творческие потребности.

Специальные исследования подтверждают необходимость более глубокого и всестороннего осмысления влияния на общественные процессы культурно-досуговой деятельности как со стороны культурно-исторических традиций, так и инновационных технологий. Это дает возможность проследить пре-

емственность и последовательность в становлении и развитии различных форм и моделей социального поведения населения в сфере свободного времени, выделить особенности организации отдыха, развлекательной деятельности, любительского творчества, праздничной деятельности и т. д.

Чтобы создавать соответствующие условия для разнообразных занятий, общения и культурного отдыха, необходимо систематически изучать и учитывать в деятельности различных субъектов организации досуга:

- потребности и интересы населения в сфере свободного времени;
- как меняется конфигурация досуга в пространстве современной техногенной цивилизации;
- насколько очевидны изменения в характере досуговых потребностей, прежде всего молодежной аудитории, вызванные процессами глобализации и интернет-коммуникаций.

Создание условий для развития и реализации творческих способностей (возможностей) граждан, приобретения ими знаний, умений и навыков в сфере культуры, быта, здорового образа жизни, организации культурного отдыха (досуга), получения актуальной информации и прикладных знаний в различных областях общественной жизни; формирование потребностей в рациональной, основательной, прочной и гуманной организации и самоорганизации своего культурного отдыха; развитие художественного творчества, возрождение, а также сохранение и развитие традиционных форм отдыха, других национальных культурных традиций являются важнейшей задачей, стоящей в настоящее время перед всеми субъектами культурно-досуговой деятельности.

Повышение социально-воспитательной эффективности культурно-досуговой деятельности населения в значительной степени обеспечивают следующие организационно-технологические принципы:

- координация – согласование, установление целесообразных соотношений между всеми субъектами организации культурно-досуговой деятельности;
- консолидация – объединение усилий специалистов различных структурных подразделений с целью повышения воспитательной эффективности осуществления культурных программ;

– концентрация – сосредоточение творческих, кадровых, финансовых и других ресурсов и средств на выполнение наиболее важных программ и приоритетных направлений социально-культурной деятельности;

– комплексность – совокупность всех субъектов культурно-досуговой деятельности, последовательность совместных действий по формированию культуры досуга населения.

Образованность и квалифицированность, отмечают исследователи сферы досуга, концентрируются в профессиональной компетентности разных видов: концептуальной – глубокое понимание теоретических и методологических основ своей профессии; контекстуальной – представление об экономическом, социальном, психологическом окружении (фоне), в котором реализуется тот или иной социально-культурный проект; технологической – владение базовыми профессиональными умениями и навыками; адаптивной – способность предугадать изменения, важные для профессии, и быть готовым приспособиться к ним; коммуникативной – умение эффективно пользоваться разными средствами и способами связей; интегративной – способность сочетать теоретические знания с социально-культурной практикой.

Таким образом, необходимость дальнейшего совершенствования технологий культурно-досуговой деятельности в современном социуме требует от специалистов культурно-досуговой сферы нового уровня профессиональных знаний и умений, т. е. потребности в постоянном знаниевом росте, обновлении и способности к соответствующим изменениям практики.

Глоссарий

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, досуговое (или рекреационное) время – часть социального времени личности, группы или общества в целом, которая используется для сохранения, восстановления и развития физического и духовного здоровья человека, его интеллектуального совершенствования.

Драма (греч. drama – действие) – в широком смысле один из основных родов литературы, отражающий жизнь в действиях (поступках и переживаниях) людей. К драматическому роду относятся трагедии, комедии, собственно драмы, мелодрамы, водевили. Драма предназначена для воплощения на сценической площадке и поэтому ориентирована на зрелищную выразительность. В узком смысле – один из ведущих жанров драматургии, изображение личности в ее драматических отношениях с обществом или другими людьми. Авторскую речь в драме заменяют ремарки. Взаимоотношения персонажей драмы, возникающие между ними конфликты раскрываются через поступки и получают свое воплощение через выразительную словесную монологическую форму. Составляющими драмы, по Аристотелю, являются фабула (сюжет), характер, разумность, структура действия, конфликт, сценическая обстановка (сценография), а также музыкальная композиция.

Драматургия – какое-либо литературно-драматургическое произведение (пьеса, киносценарий, либретто, телевизионный сценарий и т. д.), требующее своего воплощения средствами того или иного вида искусства; специально продуманная и организованная структура, композиция какого-либо материала.

Замысел творческий – представление об основных чертах художественного произведения, его теме и идее, содержании и форме, творческий набросок, намечающий его основу. Замысел может быть завершенным и незавершенным, воплощенным и невоплощенным, измененным или оставшимся без изменения.

Идея художественная (греч. idea – понятие, представление) – ракурс, авторское отношение к «фактам жизни», главная обобщающая мысль, лежащая в основе, смысловой стержень драматургического каркаса досуговой программы.

Индустрия культуры – те отрасли, которые производят и распространяют товары и услуги, которые, когда они рассматриваются с точки зрения конкретного свойства, 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 всех необходимых услуг и товаров для отдыха и развлечений.

Инфраструктура досуга – совокупность социальных учреждений, объектов и сооружений, являющихся материальной базой обеспечения эффективной досуговой деятельности.

Квест (англ. quest – поиск) – разновидность интерактивных игр, в которых герои-участники (чаще всего – команда) по заранее разработанному сюжету в специально оборудованном помещении стремятся выполнить ряд заданий для достижения конечной цели: найти спрятанные предметы или людей, разгадать загадки и головоломки, выбраться из помещения в отведенное время и т. п.

Композиция (лат. composition – составление, соединение, связь) – последовательное построение, расположение и взаимосвязь частей и эпизодов драматургического произведения, его построение в соответствии с его содержанием и жанровой формой; важнейший структурный принцип организации драматургического произведения как художественного единого, целостного и завершенного.

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.

Креативные/творческие индустрии – в социокультурной сфере определяют новый тип культуры, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, мастерство и талант, а также инновационные технологии и открытия. Они имеют высокий потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет развития без привязки к определенной локации.

Культура досуга – 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 посредством репродуктивной и творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию ценностей культуры.

Культурная услуга – услуга в сфере культуры, искусства, досуга, результаты которой не являются осязаемыми и не переходят в собственность клиента и которую производитель может предложить потребителю для удовлетворения его культурных и досуговых потребностей (услуги индивидуального творческого развития, культурного потребления, организации общения и т. п.).

Культурно-досуговая деятельность – целесообразно организованная и содержательно наполненная активность больших групп людей или конкретного человека в свободное время, способствующая свободному духовному и физическому совершенствованию личности на основе освоения ценностей культуры, общественно значимого общения, любительского творчества, разумного и полноценного отдыха.

Культурно-досуговая индустрия – сфера деятельности и сектор экономики, включающий систему производства, массового тиражирования, 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-досуговое мероприятие – массовое мероприятие, направленное на удовлетворение социально-культурных (духовных, эстетических, интеллектуальных, коммуникативных, рекреационно-развлекательных) потребностей населения в сфере досуга, способствующее приобщению 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 – учреждения, предоставляющие населению разнообразные услуги социально-культурного, просветительного, развлекательного характера и создающие условия для развития любительского художественного творчества населения.

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

Культурный продукт – завершенная единица культурно-досугового производства, в определенном формате предлагаемая потребителю. Существует в вещественно-материальном (книги, диски, изделия декоративно-прикладного искусства и т. п.) и невещественном виде (спектакль, театрализованная программа, концерт и т. п.).

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.

Любительское художественное творчество – одна из форм народного творчества, специально организованная деятельность по созданию и исполнению художественных произведений силами любителей, выступающих коллективно (кружки, студии, коллективы) или индивидуально (певцы, чтецы, музыканты, танцоры, др.).

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 культурно-досуговой деятельности – 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 технологии культурно-досуговой деятельности.

Методы культурно-досуговой деятельности – к ним принято относить 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.

Объекты социально-культурного проектирования – человек с его потребностями, ценностными установками, социальным статусом; различные элементы социальной структуры общества (трудовые коллективы, социальные группы, регионы и т. п.); общественные отношения (межличностные, семейно-бытовые, политические, идеологические и др.); элементы образа жизни (качество и стиль жизни, жизненные позиции, способы жизнедеятельности и т. п.).

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

Основные направления анимационной деятельности – изменение негативного отношения общества к отчуждаемой личности; восстановление системы межличностных отношений; формирование адекватной Я-концепции, самоощущения и самовыражения.

Перформанс (англ. performance – представление, действие) – вид концептуального искусства, в котором произведение составляют действия исполнителя или группы в определенном месте и в определенное время. Специализируется на изображе-

нии 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.

Проект (лат. projectus – брошенный вперед) – действия, направленные на создание или усовершенствование какого-то продукта или услуги, выполняемые впервые в данных условиях, ограниченные во времени началом планирования и временем подведения итогов.

Режиссура культурно-досуговой программы – организация ее зрелищной стороны путем специального продуманного использования средств художественной выразительности, направленного на раскрытие авторского замысла, а также на активное идейно-эмоциональное воздействие на аудиторию.

Рекреация – 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, а также от домашнего труда.

Социально-демографические группы – общности людей, объективно складывающиеся на основе некоторых единых социально-демографических признаков, например по полу (мужчины и женщины), по возрасту (дети, молодежь, люди среднего возраста, пожилые).

Социально-культурная активность – 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-культурная анимация (лат. anima – душа, animation – оживление, одухотворение, воодушевление) – особый вид социально-культурной деятельности общественных групп и отдельных индивидов, направленной на актуализацию

духовно-творческого потенциала личности, преодоление социального и культурного отчуждения.

Социально-культурная среда – в узком смысле понимается среда досуга, которая имеет широкий спектр форм и средств общения и творчества, носит социальный характер и является важным элементом полноценной, жизненно необходимой человеку культурной среды.

Социально-культурное проектирование – специфическая технология, представляющая собой конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта (или сферы проектной деятельности), разработке путей и средств достижения поставленных целей. В качестве объекта социально-культурного проектирования выступает сложное образование, включающее в себя накладывающиеся друг на друга две подсистемы: социум и культуру.

Социально-культурный центр (клуб социально-культурных услуг) – 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, пункт бытового обслуживания с парикмахерской и швейной мастерской и пр.

Средства культурно-досуговой деятельности – 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.

Сценарий – подробная литературная разработка драматургического действия, предназначенного для постановки на сценической площадке, на основе которого создаются различные формы культурно-досуговых программ.

Творческий/креативный кластер (creative cluster) – это культурно-предпринимательское объединение (сообщество творчески ориентированных предпринимателей), функциони-

рующее на территории бывшей промышленной зоны (предприятия); включает самостоятельные фирмы и предприятия, которые работают на производство, продвижение и продажу культурного, досугового, интеллектуального продукта/услуги и взаимодействуют в рамках одной стратегии.

Творческое/креативное пространство – публично доступное место города (лофты, арт-территории, арт-кварталы, арт-центры и др.), нацеленное на привлечение творческого сообщества, на реализацию культурных проектов, где люди могут демонстрировать результаты своего творчества и взаимодействовать друг с другом.

Тема (греч. *thema* – то, что положено в основу) – круг жизненных явлений, событий, проблем, волнующих автора и аудиторию, причем наиболее актуальных и художественно осмысленных; объект художественного изображения.

Флешмоб – заранее спланированная массовая акция, организованная через современные быстродействующие средства коммуникации (в основном через Интернет), в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут выполняет заранее оговоренные действия, которые называются сценарием, и затем быстро расходится.

Форма культурно-досуговой деятельности – 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.

Форма культурно-досуговой программы – угол зрения сценариста на исследуемую проблему, структура, образуемая на основе организации сценарного материала и аудитории с использованием разнообразных выразительных средств. Выбранная форма культурно-досуговой программы активно влияет на отбор ее содержания, на способ организации драматургического материала, поскольку именно она должна наилучшим образом раскрыть сценарный замысел, эмоционально подготовить зрителя для восприятия происходящего.

Функции социально-культурной анимации – адаптация, реабилитация, коррекция, коммуникация, реконструкция, рекреация, релаксация, регенерация.

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

Ценности досуга – совокупность ценностных ориентаций и форм поведения, способствующих самореализации внутренних творческих потенциалов личности в свободное время.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Учебное издание

Макарова Елена Александровна,
Мойсейчук Светлана Борисовна,
Смаргович Ирина Леонидовна

**ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебно-методическое пособие

Редактор В. В. Коташвили
Технический редактор Л. Н. Мельник
Дизайн обложки М. М. Чудук

Подписано в печать 25.11.2021. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Ризография.
Усл. печ. л. 13,02. Уч.-изд. л. 11,07. Тираж 150 экз. Заказ 723.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.