

4. Драматургия Теннесси Уильямса [Электронный ресурс]. – режим доступа : <https://studfile.net/preview/9108140/page:56/>. – Дата доступа : 13.03.2023
5. Драматургия Теннесси Уильямса 30-80 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dissercat.com/content/dramaturgiya-tennessi-uilyamsa-30-kh-80-kh-gg-voprosy-poetiki>. – Дата доступа : 13.03.2023
6. Уильямс Теннесси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Дата доступа : 13.03.2023

Коровикова А.В., студент 12-44 группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Соболева Ю.П.,
кандидат экономических наук, доцент

ДОСУГ КАК СФЕРА САМОРЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

1. Введение

Переход к рыночной экономике вызвал значительные изменения социального положения различных групп населения, в том числе и таких, которые традиционно считались носителями передовых идей. Одно из главных мест в новых условиях принадлежит молодёжи.

Актуальной проблемой современного общества является вопрос о самореализации данной социально-возрастной группы и проявлении своего внутреннего «Я» в изменяющихся обстоятельствах. Всё чаще у молодежи появляются новые потребности, соответствующие нынешнему ритму жизни, для удовлетворения которых необходимы новые формы досуговой деятельности.

Какие же виды проведения свободного времени появились за последние несколько лет, что является наиболее популярным среди молодежи и проходит самореализация через досуг – это нам предстоит рассмотреть.

2. Молодежь как субъект социально-культурной деятельности

Молодежная проблематика в современной науке актуализировалась в середине 50-х годов XX века. Сейчас, опираясь на исторический опыт прошлого, мы можем сказать, что проблемы молодежи, обусловленные социальными, экономическими, воспитательными и образовательными характеристиками данного поколения, с той или иной остротой проявлялись во все времена человечества.

Молодежь представляет собой широкий пласт социально-возрастной группы, это как бы «третий мир», этап, существующий между детством и зрелостью. Имеются различные критерии, на основании которых выделяют молодежь как особую социальную группу. Это возраст, положение в обществе, специфика социально-психологического склада. К молодым людям в зависимости от культурных и национальных традиций в разные времена относили людей в возрасте от 12 до 35 лет. В одних случаях границы сужаются, в других расширяются.

Молодость выступает как период принятия ответственных решений, определяющих всю дальнейшую жизнь человека: выбор профессии и своего места в жизни, смысла жизни, выработка мировоззрения. Именно в это время происходит важнейший психологический процесс - становление самосознания и устойчивого образа своей личности, своего «Я». Проблемы молодежи были актуальны во все времена. Необходима целенаправленная работа по реанимации традиционных ценностей, с одной стороны, и формированию у молодых людей умения критически оценивать новые мультикультуральные тренды через нравственную цензуру их содержания – с другой. В молодости человек максимально работоспособен, выдерживает наибольшее психические и физические нагрузки, легче всего приобретает необходимые знания, умения и навыки, развивает личностные и функциональные качества. На все эти процессы огромное влияние оказывает досуг, в процессе которого человек проявляет свои способности, внутренние качества, своё неповторимое «Я» и самоутверждается.

3. Самореализация современной молодежи в новых формах досуга. В Стратегии развития государственной молодёжной политики Российской Федерации (2006 г.) чётко определены основные позиции, направленные на воспитание самостоятельной, активной позиции граждан, желание принимать участие в развитии общественно-политической, экономической, социально-культурной сфер. Активно разрабатываются и широко применяются новые формы и методы работы с молодёжью, основанные на личностно-ориентированном подходе. Проводятся социологические исследования, позволяющие определить досуговые предпочтения, интересы, ценностные ориентации, социально-культурные особенности, стремление и мотивацию молодёжи и сформировать инновационные формы досуга. Принципиально важно обратить внимание на новые технологии и формы работы культурно-досуговых учреждений: многие учреждения поменяли свои названия на «творческие центры», что позволило обновить имидж; активно используется вся территория культурного центра, в том числе открытое пространство перед учреждением; многие учреждения взаимодействуют с другими социально-культурными институтами, реализуя совместные проекты и массовые мероприятия; информатизация культурных учреждений обеспечивает выполнение ранее недоступных функций: управления, диагностики, проектирования, рекламы, пиара. Расширение спектра услуг и актуализация информации способствуют процессу самореализации молодежи.

С появлением культурных кластеров («Флакон», «Красный Октябрь», «Artplay», «Стрелки» и др.) существенно расширились возможности для творческого саморазвития. Заведения объединяют творчески ориентированных молодых предпринимателей и направлены на комфортное взаимодействие с внутренним и внешним миром города. Здесь реализуются различные по тематике культурные проекты, при этом вся деятельность в учреждениях ориентирована на генерирование идей, на развитие личности, на разрушение стереотипов и удовлетворение эстетических и художественных потребностей молодёжи. Большую популярность приобретают мастер-классы,

выставки, фестивали, творческие вечера, ярмарки, лектории, интерактивные конференции, которые позволяют молодёжи понять себя и показать качества творца, управленца, менеджера, рекламиста. С помощью вышеперечисленных форм молодые люди выбирают для себя значимые ценности, определяют систему знаний, выявляют круг интересов, осваивают способы решения проблем.

Открываются «социальные кафе» — кафе как место общения, чтения, «камерного» слушания живой и качественной музыки. Здесь можно также воспользоваться настольными играми, посмотреть любимые фильмы. Всё чаще происходят изменения в заповедниках и парковых зонах отдыха. Организации расширили социальную ориентацию, формы и методы работы с посетителями, создали такие условия, которые вовлекают в активную созидательную деятельность молодёжь. К ним относятся фестивали, ярмарки, выставки, театрализованные и музыкальные концерты, зрелищные мероприятия (балы, шоу-программы, акции), инсталляции, интерактивные экскурсии. Всё это способствует информационному, коммуникативному, творческому развитию личности.

Следует обратить внимание на деятельность музеев и библиотечных формирований. Здесь активно реализуются новые формы работы, которые облегчают социальную ориентацию молодёжи, помогают им усваивать культурные ценности, изменять стереотипы, повышают личностную самооценку, обогащают внутренний мир. Такие формы работы, как «Ночь в музее», «Ночь в библиотеке», направлены на удовлетворение запросов и потребностей молодёжной субкультуры. Интерактивные площадки, лектории, тематические вечера, театрализованные представления, салонные и гостиные мероприятия, конкурсы и игровые программы, читательские и зрительские конференции, эксперименты с различными видами искусств позволяют привлечь большее количество молодых людей. Для привлечения читателей в библиотеку широко применяются новые социально-культурные технологии в таких формах, как создание банков читательских идей, фотоальбомов,

различных кружков, литературных «гонок», марафонов культурных событий, фестивалей, литературных ярмарок, блицтурниров, книжных аукционов, развлекательно-игровых мероприятий, ток-шоу, флешмобов и многих других. Все эти формы досуга способствуют эффективному решению ряда проблем: популяризации деятельности музеев, библиотек; обеспечение равных возможностей в доступе к культурным ценностям; активизации взаимодействия молодёжи с данными учреждениями; определению новых ресурсов и расширению списка услуг; поддержке и продвижению чтения; саморазвитию и самообразованию; постижению основ в сфере искусства и культуры.

4. Заключение

Таким образом, досуг для молодёжи — это основная сфера жизнедеятельности, в которой она самоутверждается, реализует свои амбиции и творческий потенциал, расширяет кругозор, корректирует жизненные приоритеты, формирует ценностные предпочтения. Все чаще появляются инновационные формы взаимодействия, в которых учитывается разнообразие мировоззренческих взглядов, создаются такие социально-культурные условия, которые способствуют самореализации личности, развитию самобытности и креатива.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Социология молодежи: учебник для академического бакалавриата / под ред. Р.В. Ленькова. М., 2019. С. 43–44
2. Ценностно-смысловое содержание социально-культурной деятельности в условиях современной России: [коллективная монография] / [Н. Н. Ярошенко и др.]; под науч. ред. Н. Н. Ярошенко, ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет культуры и искусств»; НИИ МГУКИ; кафедра СКД МГУКИ. Москва: Изд. Дом МГУКИ, 2012. 220 с.

3. Опрос, направленный на изучение удовлетворённости свободным временем [Электронный ресурс] / Всероссийский центр исследования общественного мнения. URL: www.wciom.ru

Королёва Л.А., студент 208 группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Бачурина Т.В.,
старший преподаватель

МАСКОТ КАК ВИЗУАЛЬНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

В нынешних условиях конкуренции за уникальность среди брендов стоит отметить тенденцию маркетинговой стратегии дифференциации бренда от подобных ему, способствующую повышению его исключительности. Одним из вариантов создания такого рода индивидуальности для бренда может послужить появление маскота компании. Зачастую маскоты рассматриваются, в первую очередь, как инструменты цифрового маркетинга, однако такая точка зрения несколько фрагментарно оценивает широкий спектр выполняемых ими задач, таких как коммуникация с аудиторией, предоставление информации и т. д.

В контексте данной исследовательской работы термины «маскот» и «персонаж-талисман» будут использоваться как синонимы. Под маскотом подразумевается «узнаваемый персонаж, олицетворяющий собой некий коллектив: школу, спортивную команду, сообщество, воинское подразделение, мероприятие или бренд» [1]. Целью маскота является популяризация, а также развитие фирменного стиля компании, будучи одним из его визуальных элементов.

Маскоты как явление зарождались ради привлечения внимания к мировым спортивным событиям, т. е. носили временный характер. Спецификой таких персонажей являлась кросс-культурность. Маскот-