

2. Колосов, А.В. Визуальные Образы в средствах массовой информации :дис. ... канд. филос. наук : 22.00.06 /А.В.Колосов. – Москва, 2000.– 154 с.

3. Кузеванова, Н.С. Специфика визуального образа / Н.С Кузеванова, Н.А Симбирцева // Инновации в науке: сб. ст. по матер. IV междунар. науч.-практ. конф. [Электронный ресурс]. Режим доступа :<https://sibac.info/conf/innovation/iv/34474>.

Якимова И.А., студент

Научный руководитель – Мойсейчук С.Б.

КАРАОКЕ-КЛУБ КАК ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА СОВРЕМЕННОЙ ГОРОДСКОЙ МОЛОДЕЖИ

В современной Беларуси клубные формы организации досуга продолжают оставаться актуальными. Развитие караоке-клубов как пространства организованного культурного досуга началось в XX веке и до наших дней подвергается трансформации, обретая новые форматы организации.

Однако, следует отметить, что караоке-клуб как форма организации досуга еще не стал предметом целенаправленного научного изучения. Исследований на эту тему проводилось крайне мало. Как правило, они являются маркетинговыми и посвящены анализу потребительских предпочтений людей, которые регулярно их посещают, поэтому существует потребность анализа этой формы организации молодежного досуга.

Прежде чем представить результаты нашего исследования караоке-клубов г. Минска, обратимся к характерным чертам молодежного досуга.

Исследователь Е.В. Казакова выделяет следующие черты, характеризующие молодежный досуг:

- творческая активность;

- повышенная эмоциональная, физическая подвижность, динамическая смена настроений, зрительная восприимчивость;
- желание проводить свободное время вдали от дома;
- стремление к самостоятельности и выбору индивидуальной формы поведения;
- самоопределение в стиле выражения собственного «Я», хобби и формирование вкусов;
- приобщения себя к определенной субкультуре [1, с. 98].

По нашему мнению, выбор форм проведения досуга определяется, в немалой степени, мотивацией молодого человека. Обозначим основные мотивы, влияющие на подобный выбор. К ним мы относим:

- реализация собственных интересов;
- поиск себя и способ самовыражения;
- поиск работы и будущей профессии;
- желание найти спутника жизни.

По результатам проведенного нами небольшого социологического опроса, активные формы организации досуга, а именно посещение культурно-развлекательных учреждений (ночных клубов), кинотеатров и театрально-зрелищных учреждений выбирают 51% респондентов: посещают дискотеки, кафе и бары 31%, кинотеатры 15%, театры 2%. Однако нас настораживает, что 65% студентов недовольны тем, как они проводят свой досуг. В качестве основных причин этой неудовлетворенности респонденты определили: недостаток свободного времени (62 %), недостаток материальных средств (74%).

Караоке индустрия в Беларуси – довольно молодая, но перспективная и динамично развивающаяся отрасль культурного досуга.

Сегодня в мире существует несколько форматов караоке:

- Midi-караоке – разновидность при которой к музыке добавляется текст, который выводится во время проигрывания посредством специального ПО.

- Ultra Star – один из самых распространенных форматов. Реализован посредством специальной программы, которая предусматривает хранение текстового файла с полной информацией об авторе, версии песни, стиле, языке, фоне, тексте и т.д. Все это задействуется непосредственно в процессе исполнения.

- EMP – формат, включающий в себя фонограмму, а также текст песни, который синхронизируется по слогам. В большинстве случаев в качестве фонограммы здесь задействуют оригинальные минуса, под которые выступают сами певцы [2].

В контексте нашего исследования нельзя обойти вниманием и такое событие как ежегодный чемпионат мира по караоке, в котором принимают участие и представители нашей страны. Первый такой чемпионат прошел в 2003 году в Финляндии. Изначально это было любительское состязание, в котором участвовало лишь 7 стран, в 2007 году их было уже более 20 стран мира, а в 2009 насчитывалось более 30 стран. Нам победу одержать еще не удалось, а вот наши соседи россияне смогли получить почетные места 6 раз.

Сегодня в городе Минске насчитывается более 36 караоке-клубов. Первым открыл свои двери караоке-клуб «Шамбала» в 2006 году.

Проведенный нами опрос среди посетителей караоке-клубов, позволил заключить, что важными факторами, влияющими на выбор подобных заведений, являются:

1. Месторасположение. Плюсом будет наличие остановок для общественного транспорта. Центр города послужит удобством для быстрого передвижения. Нахождение такого клуба в торговых точках явно привлечет туда огромный поток посетителей;

2. Важную роль играет оборудование самого помещения: звукоизоляция, наличие парковки, хорошая система вентиляции, интерьер и многое другое помогут закрепить молодежь как постоянного клиента;

3. Персонал. Наличие нескольких официантов, ди-джеев, ведущих, барменов, бэк-вокалистов и многого другого обратят внимание посетителей и составят первое впечатление;

4. Платные виды услуг. Этот фактор несет за собой скорее отрицательный, нежели положительный эффект. Платные входные билеты в караоке-клуб, напитки и закуски, почасовая оплата нахождения в заведение, различие цен для мужчин и женщин, оплачиваемое исполнение песен.

Нам также удалось выяснить, что чаще всего молодежь выбирает те заведения, в которых присутствует свободный вход, отсутствует дресс-код. Также стоит отметить, что в некоторых клубах девушкам исполнение песен бесплатное до утра. Ведущий играет немаловажную роль в функционировании каждого караоке-клуба, поэтому его наличие привлекает внимание молодежи. Бесплатный напиток на входе будет хорошим плюсом для очередного посещения этого заведения. Примечательным будет наличие бесплатных WI-FI точек.

Таким образом, караоке-клуб представляет собой востребованную форму организации досуга современной городской молодежи, поскольку позволяет удовлетворить не только потребность в полноценной рекреации, в общении со сверстниками, но и потребность в самореализации и самовыражении, в частности, средствами музыкального искусства. Несмотря на достаточно продолжительную историю и устоявшиеся содержание деятельности, на наш взгляд, организаторы караоке-клубов могут привлечь новых посетителей, внедряя новые форматы.

1. Казакова, Е. В. Караоке-клуб как современная форма организации молодежного досуга / Е.В. Казакова, Л.Д. Омельченко. – Курорты. Сервис. Туризм, 2013. – № 2. – 98-100 с.

2. Караоке как развлечение. Виды караоке [Электронный ресурс] // Смоленская областная юношеская библиотека: [портал]. – URL: <http://www.libsub.ru/stati/interesnoe-chtenie/514-karaoke-kak-razvlechenie-vidi-karaoke.html>.