

ДОСУГОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МАЛЫХ ГОРОДОВ

Барма Олег Анатольевич

*магистр педагогических наук,
преподаватель кафедры менеджмента социально-культурной
деятельности*

*УО «Белорусский государственный
университет культуры и искусств»*

(г. Минск, Республика Беларусь)

barma_oleg@mail.ru

На рубеже XX-XXI веков в отечественной гуманитаристике эксплицитно фиксируется интерес к изучению потребностей жителей малых городов [3, 5] в условиях растущего примата материальных потребностей и интересов общества над духовной сущностью отдельного человека. Обращение ученых к вышеозначенной теме вызвано не только и не столько изменениями, произошедшими в первое десятилетие нового тысячелетия и во многом определивших вектор социально-экономического развития Республики Беларусь, сколько социокультурными трансформациями, вызвавшими к жизни новые практики формирования ценностных ориентаций и социальных установок членов регионального социума в процессе их самоидентификации, социальной адаптации и интеграции в общемировой социум. По оценке авторов коллективной монографии «Судьба белорусской провинции: социологический анализ» [5] ценностные ориентации и социальные установки населения страны формируются под воздействием культурно-исторической памяти региона проживания.

Культура, как стратегический ресурс, по оценке В.Н. Ивченко, может выступать не только как вектор «[...] движения сообщества по историческому пути, но и как способ модернизации культурного пространства и самореализации человека» [2, с. 43], удовлетворение его потребности в реализации своего творческого потенциала. Так, А. Маслоу, определяя иерархию потребностей человека, на первое место ставит физиологические потребности (в безопасности, любви и уважении) но в тоже время акцентирует свой исследовательский интерес на стремление индивида к удовлетворению своих познавательных и эстетических потребностей, а также

потребностей в самоактуализации, как заданный (обществом) ориентир (само)развития. По мнению автора статьи, последние три группы потребностей по А. Маслоу являются более действенными мотиваторами развития как самой культуры, так и человека, ее творца⁶, и могут быть удовлетворены последним в деятельности учреждений социокультурной сферы, являющиеся в свою очередь генераторами культурных ресурсов социума.

Познавательные и эстетические потребности, потребности в реализации жизненных установок, целей, творческих способностей носят специфический характер, формируясь в рамках деятельности, поведения и общения личности. Ведущим направлением работы учреждений культуры, в рамках которого учитываются деятельностный, поведенческий и коммуникативный аспект жизни общества и отдельного его представителя, являются досуг в традиционных и инновационных формах организации.

Досуг традиционно рассматривается обществом как время, не связанное с решением профессиональных задач, но основанное на творческой деятельности, то есть интервал времени, в котором индивид способен чего-то достичь, ориентируясь не на внешние требования, а на собственный интерес. Последнее подразумевает возможность осуществления свободной активности, исследований, экспериментов, творчества. В досуговой деятельности человек ищет возможность самореализации, рекреации, нового формата общения.

Удовлетворение досуговых потребностей, связанных с реализацией познавательных, эстетических потребностей, потребностей в самоактуализации личности зависит от места жительства последней и от ее социального статуса.

Малые города являются наиболее распространенными, многочисленными и устойчивыми во времени категориями населенных пунктов Республики Беларусь, к которым относят поселения с численностью до 20 тыс. жителей [1], преимущественно являющие центрами обширной сельской периферии и концентрации определенного вида производства, в котором задействована основная часть населения. Малые города, в социально-экономическом

⁶ По оценке В.С. Степина «Человек, с одной стороны, выступает как творение культуры, поскольку усвоение им хранящихся в культуре эталонов, норм, традиций, знаний программирует его поведение и деятельность, обеспечивает его включение в многообразные социальные связи. С другой стороны, он – творец культуры, поскольку, решая поставленные обществом задачи, он способен, опираясь на почерпнутый из культуры прошлый социальный опыт, создавать новые эталоны, нормы, традиции, знания и таким путем порождать новые феномены и состояния культуры» [4, с. 54]

аспекте, характеризуются невысоким уровнем доходов населения, а также слабой активностью в социально-политической и культурной сферах [см.: 5].

Наиболее социально активной группой населения, на жизнеобеспечение которой направлено подавляющее количество ресурсов социальных институтов малых городов является молодежь. Молодежь – социальная группа, в возрасте от 14 лет до 31 года, обладающая специфическим социально-психологическим самоощущением, менталитетом, демографическим поведением, и сформировавшемся к этому возрасту образу жизни.

Досуг является значимым элементом жизни молодежи, задающим специфику и эффективность их последующей социализации и включением во взрослую жизнь, путем апробации культурных практик, содержащих в себе программы человеческой жизнедеятельности (деятельность, поведение, общение).

Проблема организации досуга молодежи в условиях малых городов на сегодняшний день актуализируется за счет формирования у данной группы населения специфических досуговых потребностей посредством СМИ, Интернета. Последние транслируют формы и методы организации досуга, которые по экономическим и/или морально-нравственным причинам не могут быть реализованы в деятельности учреждений культуры, но в контексте социально-психологических особенностей развития и ориентации молодежи, являются наиболее привлекательными и предпочтительными, нежели традиционные формы организации институализированного досуга в объектах культуры.

Несоответствие между социальными ожиданиями молодежи и социальной повседневностью, становится ключевым аспектом в формировании у молодого поколения установки на недостижимость реализации полноценного образа жизни в условиях малого города. Отсутствие возможностей для организации досуга, а также перспектив профессионального роста, являются существенной причиной, по которой молодежь не желает связывать свое будущее и будущее своих детей с малыми городами.

Степень удовлетворения досуговых потребностей молодежи определяется уровнем развития социально-культурной инфраструктуры, качеством и доступностью предоставляемых услуг и продуктов, где последние выступают мотиваторами в формировании досуговых потребностей молодежи.

Формирование досуговых потребностей у молодежи в

условиях деятельности объектов культуры имеет свою специфику, определяемую как явными, так и неявными факторами. Явные факторы могут быть представлены в виде разработанных программ мотивационных действий, реализующихся в деятельности учреждений культуры в рамках реализации последними государственных программ и проектов^{1,2}, направленных на активизацию мобильности граждан в решении социально-экономических, политических, культурных проблем, стоящих перед государством. Неявные факторы, определяются географическим расположением населенного пункта, его приближенностью к большим и крупным городам, а также уровнем развития региональной культуры с ее ценностно-мировоззренческими ориентациями. Именно культурный контекст, включающий нормы, ценности и традиции, принятые в том или ином обществе, обуславливают специфику выбора форм досуга молодежью для удовлетворения своих потребностей.

Досуговые потребности молодежи удовлетворяются через услуги и продукты, связанные с культурным ресурсом региона, определяемым, с одной стороны, как культурное наследие, а с другой, как современная актуальная культура. К сожалению, можно констатировать факт нивелирования в молодежной среде статуса культурных ресурсов региона, за счет приоритетности аналогичных ресурсов больших городов. Маркетинговые исследования, проведенные с целью определения ценностно-потребностных ориентаций и культурных запросов населения [3], иллюстрируют желание населения обладать услугами и продуктами, являющимися традиционными для областных центров: боулинг, интернет-кафе, ночной клуб, караоке-бар, парк развлечений и др. Отсутствие в объектах культуры клубных объединений по востребованным в молодежной среде направлениям: «Web-проектирование», «3D-моделирование», «Дизайн пространственной среды» и т.д., приводит к уменьшению посещения данных учреждений и постепенному отказу от их услуг и продуктов. По оценке исследователей [3, 4], наличие определенных видов ресурсов в учреждениях культуры не гарантирует удовлетворение досуговых потребностей личности, связанных с потребностями реализации ее творческого потенциала. Примером может служить проблема

¹ Государственная программа «Культура Беларуси» на 2016–2020 годы.

² Указом Президента Республики Беларусь от 28.12.2015 № 522 в Республики Беларусь 2016 год объявлен Годом культуры.

в комплектовании фондов публичных библиотек: отсутствие современной, иностранной художественной литературы влечет за собой проблемы в сужении эстетических вкусов и познавательных приоритетов посетителей. Все вышеперечисленное является причиной слабой включенности молодежи в культурную жизнь своего региона и низкой степенью удовлетворенности работой объектов культуры.

На наш взгляд, проблема удовлетворения досуговых потребностей молодежи, также как и их формирование, может быть решена за счет разработки региональных программ в области культурно-досуговой деятельности, учитывающих социально-экономические, демографические, политические (в первую очередь уровень реализации региональной культурной политики) аспекты, направленных на увеличение привлекательности малых городов для малого и среднего бизнеса для оказания населению коммерческих услуг в сфере отдыха и развлечений. Для этого имеются как нормативно-правовые основания: Декрет Президента Республики Беларусь № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности»³, так и наличие целевой аудитории с ярко выраженными культурными потребностями. Примером может служить партнерство государства и частного бизнеса в сфере культуры в странах Европейского союза.

Таким образом, удовлетворение досуговых потребностей молодежи также как и их формирование требует совершенствования ресурсной базы учреждений социокультурной сферы; разработки технологий и способов вовлечения молодежи в культурную жизнь малого города посредством использования культурного ресурса региона; увеличения частного сектора на рынке культурных товаров и услуг для создания современных комплексных объектов, отвечающих разнообразным культурным запросам всего населения в целом, и молодежи в частности.

Список литературы:

1. Горадабудаўніцтва. Населеныя пункты. Нормы планіроўкі і забудовы : ТКП 45-3.01-116-2008 (02250) : [утв. Мин-вом архитектуры и строительства Респ. Беларусь 28.11.08 : введ. 01.07.09]. – Изд. официальное. – Минск : Мин-во архитектуры и

³ О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности : Декрет Президента Респ. Беларусь, 7 мая 2012 г., № 6 : [электронный ресурс] // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Электрон. данные. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=1/13491>. – Дата обращения: 17.04.2016.

строительства Респ. Беларусь, 2009. – 64 с.

2. Ивченко, В. Н. Белорусская культура как стратегический ресурс государства / В. Н. Ивченко // Культура Беларуси: рэаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 12-13 чэрв. 2012 г.) / [уклад.: А. А. Галкін, і інш. ; рэдкал. : І. І. Крук (гал. рэд.) і інш.]. – Мінск, 2012. – С. 37–44.

3. Степанцов, А. И. Ценностные ориентации населения (по результатам маркетинговых исследований) / А. И. Степанцов, С. А. Пациенко // 4. Социально-культурный менеджмент : теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Республики Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; [редкол. : А. И. Степанцов, С. Б. Мойсейчук, К. И. Ремишевский]. – Минск : БГУКИ, 2014. – Режим доступа: <http://repository.buk.by:8080/jspui/bitstream/123456789/1991/1/CENNOSTNYIE%20ORIENTACII%20NASELENIYA.pdf>. – Дата доступа: 17.04.2016.

4. Степин, В. С. Цивилизация и культура / В. С. Степин. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2011. – 407 с

5. Судьба белорусской провинции : социологический анализ : [кол. моногр.] / Р. А. Смирнова [и др.] ; под. общ. ред. Р. А. Смирновой. – Минск : Беларуская наука, 2015. – 435 с.

ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЕВОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ УЧНІВ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ У ПРОФІЛЬНИХ КЛАСАХ

Безнощенко Тамара Володимирівна

НПУ імені М.П. Драгоманова

tamara-b24@ukr.net

Науковий керівник –

канд.пед.н. Г.М. Строганова

Учні, що навчаються в школах з поглибленим вивченням певних дисциплін, мають бути більш компетентні у питаннях, що стосуються вибраного напрямку. Звідки випливає необхідність розвитку їх активного і пасивного словника, активізації й збагачення словникового запасу.

Питанням розвитку мовлення школярів та збагачення їх словникового запасу приділяли багато уваги психологи (Виговський Л., Рубінштейн С., Леонт'єв О.О., Синиця І., Мухіна В. та ін.), лінгводидакти (Мацько Л., Пентилюк М., Плиско К., Караман С., Горошкіна О. та ін.).

Актуальність роботи зумовлена тим, що на сучасному етапі