

О.А. Барма

*УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
г. Минск, Республика Беларусь*

УДК 379.8-053.81:911.375.3(188.3)

ББК 77.45+77.46

ДОСУГОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МАЛЫХ ГОРОДОВ

В статье рассматриваются вопросы имплицитного влияния досуга на жизнедеятельность молодежи в условиях малых городов. Отмечается, что удовлетворение досуговых потребностей молодежи зависит не только от уровня услуг и продуктов учреждений культуры, но и от географического местоположения города и его культурных ресурсов.

Ключевые слова: молодежь, досуг, досуговые потребности молодежи, учреждения социально-культурной сферы, малые города.

O. Barma

*Establishment of Education «The Belarusian State University
of Culture and Arts»
Minsk, Republic of Belarus*

YOUTH RECREATIONAL NEEDS IN SMALL TOWNS

The article reviews the questions of recreation's implicit influence on the life of young people in small towns. It is noted that fulfilling recreational needs of young people depends not only on the level of services and products of cultural institutions, but also on the town's geographical location and cultural resources.

Keywords: youth, recreation, youth recreational needs, sociocultural institutions, small towns.

На рубеже XX–XXI веков в отечественной гуманитаристике фиксируется возрастание интереса к изучению потребностей жителей малых городов [3, 4] в условиях растущего примата материальных потребностей и интересов над духовной сущностью человека. Обращение ученых к данной теме вызвано не только и не столько экономическими и политическими изменениями, произошедшими в последние два десятилетия в Республике Беларусь и оказавшими влияние на

развитие регионов, 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 белорусский социум. По оценке исследователей [4] ценностные ориентации и социальные установки населения 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], удовлетворения 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), заканчивая свою иерархию познавательными и эстетическими потребностями, а также потребностями в самоактуализации. Последние три группы потребностей являются мотиваторами развития культуры и могут быть удовлетворены в деятельности учреждений социально-культурной сферы, генерирующих культурные ресурсы общества. Познавательные и эстетические потребности, потребности в реализации жизненных установок, целей, творческих способностей личности носят специфический характер, формируясь в рамках его деятельности. Ведущим направлением работы учреждений культуры, в рамках которого учитывается деятельностный аспект жизни общества в целом и отдельного его представителя в частности, является организация досуга в его институциональных формах.

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 являющиеся центрами обширной сельской периферии и концентрации определенного вида производства, в котором задействована основная часть населения. Малые города в социально-экономическом аспекте характеризуются невысоким уровнем доходов населения, а также слабой активностью в социально-политической и культурной сферах.

Наиболее социально активной группой населения, на жизнеобеспечение которой направлено подавляющее количество ресурсов социальных институтов малых городов, считается молодежь. Досуг является значимым элементом жизни молодежи, задающим специфику и эффективность ее последующей социализации и включения во

взрослую жизнь путем апробации культурных практик, содержащих в себе программы человеческой жизнедеятельности (деятельность, поведение, общение).

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 государственных¹ и иных программ², направленных на активизацию мобильности граждан в решении социально-экономических, политических, культурных проблем, стоящих перед государством.

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. На наш взгляд, проблема удовлетворения досуговых потребностей молодежи, так же как и их формирование, может быть решена за счет разработки региональных программ, направленных на увеличение привлекательности малых городов для малого и среднего бизнеса, способного оказать населению коммерческие услуги в сфере индустрии отдыха и развлечений. Для этого имеются как нормативно-правовые основания – Декрет

¹ Государственная программа «Культура Беларуси» на 2011–2015 годы.

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

Президента Республики Беларусь № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности»¹, – 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, так же как и их формирование, требует совершенствования ресурсной базы учреждений социально-культурной 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 общем и молодежи в частности.

Литература

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 строительства Респ. Беларусь, 2009. – 64 с.

2. Ивченко, В. Н. Белорусская культура как стратегический ресурс государства / В. Н. Ивченко // Культура Беларусі: 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 // 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. Ремисhevский]. – Минск : БГУКИ, 2014. – Режим доступа: <http://repository.buk.by:8080/jspui/bitstream/123456789/1991/1/CENNOSTNYIE%20ORIENTACII%20NASELENIYA.pdf>. – Дата доступа: 11.01.2016.

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

¹ 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&rp2=1/13491>. – Дата обращения: 09.01.2016.