

Частное учреждение образования  
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет гуманитарный  
Кафедра культурологии

СОГЛАСОВАНО  
Заведующий кафедрой  
Мартынов В. Ф.

---

27.12.2017 г.

СОГЛАСОВАНО  
Декан факультета  
Пуйман С. А.

---

27.12.2017 г.

## **ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

*Электронный учебно-методический комплекс  
для студентов специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),  
направление специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)*

Составители:

Смагин А. И., профессор кафедры культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова», доктор искусствоведения

Рыбарева Е. В., старший преподаватель кафедры культурологии частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Рассмотрено и утверждено  
на заседании Совета Института  
протокол № 6 от 06.02.2018 г.

УДК 008.001(075.8)  
ББК 71.4я73

**Р е ц е н з е н т ы:**

кафедра менеджмента социально-культурной деятельности Белорусского университета культуры и искусств (протокол № 6 от 10.01.2018 г.);

*Громович И. М.*, кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета музыкального искусства Белорусского университета культуры и искусств.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению  
кафедрой культурологии  
(протокол № 5 от 27.12.2017 г.)

**П75 Смагин, А. И.** Прикладная культурология : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям), направление специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная) [Электронный ресурс] / Авт.-сост. Смагин А. И., Рыбарева Е. В. – Электрон. дан. (2,0 Мб). – Минск: Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2018. – 366 с. – 1 электрон. опт. диск (CD).

Систем. требования (миним.) : Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей) 1 ГГц ; 512 Мб оперативной памяти ; 500 Мб свободного дискового пространства ; привод DVD ; операционная система Microsoft Windows 2000 SP 4 / XP SP 2 / Vista (32 бит) или более поздние версии ; Adobe Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата pdf).

Номер гос. регистрации в НИРУП «Институт прикладных программных систем» 1131814585 от 23.02.2018 г.

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины «Прикладная культурология».

Для студентов вузов.

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### *Прикладная культурология в контексте развития современного образования*

Среди знаковых событий мировой культуры конца XX века, несомненно, следует отметить гуманитаризацию картины мира и становление гуманизма современного типа. Отмеченная тенденция распространилась и на область высшего образования, что привело к рождению и становлению концепции гуманитаризации высшего образования в мире и в Республике Беларусь. В настоящее время феномен гуманитаризации прочно вошел в содержание культурологического образования в качестве его мировоззренческой основы.

Прикладная культурология – один из важнейших блоков современного культурологического знания. При этом прикладное культурологическое знание имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от фундаментального блока культурологической информации. Прежде всего, прикладная культурология нацелена на решение практических задач культурного строительства и развития.

Так, прикладная культурология раскрывает средства, методы и формы приобщения человека к миру культуры и изучает механизм создания благотворного культурного окружения, раскрывая технологию обеспечения условий для реализации духовно-эвристических, интеллектуальных, художественно-творческих потенций людей, проявления их социально-культурной активности. Другими словами, прикладная культурология изучает процесс освоения, сохранения и распространения социально одобряемых культурных текстов и ценностей культуры, постижения индивидом итогов этой деятельности и процесс привлечения его в производство ценностей культуры в процессе распредмечивающей деятельности.

Актуальность и перспективность данного направления культурологической мысли в настоящее время не вызывает сомнений. Вспомним, что исторические модели культурного человека в XX-XXI вв, представлены не только эрудитом, моралистом, коммуникатором, художником, но и человеком-

практиком. Для современного человека-практика доминантой выступает преобразовательная деятельность, а основными модификациями выступают социально-организационная и производственно-техническая деятельность (Е. Калач).

На наш взгляд, в настоящее время необходима оптимизация структуры и объемов подготовки специалистов с высшим культурологическим образованием с учетом потребностей развития современного белорусского общества. В связи с этим нам представляется очевидной необходимость реформирования сложившейся системы культурологического образования в Республике Беларусь с последующим обновлением содержания культурологического образования в сторону увеличения прикладного блока информации.

Кроме того, в настоящее время необходима интенсивная подготовка молодых культурологических кадров к жизнедеятельности в условиях мультикультурного информационного общества с такими его неперенными атрибутами, как вариативность, скорости и риски, интеграция и, в то же время, специализация, необходимость смены профессиональных занятий. Дополнительная сложность заключается в том, что субъектам культурной и творческой деятельности необходимо постоянно мобилизовывать и стимулировать ресурсы профессиональной креативности.

Сегодня мы наблюдаем стремительное развитие сегмента сферы культуры и искусства как части экономического производства. Динамично развиваются современные методы и приемы организации, а также технологии социально-культурной и культурно-досуговой деятельности. В данной области происходит активное внедрение новаций и на основе инновационной деятельности закладывается фундамент новых традиций управления сферой культуры и искусства. Сознательное, целенаправленное, планомерное освоение инноваций, основанное на знаниях, добытых в результате проведения фундаментальных и прикладных культурологических исследований и воплощенных в новых технологиях, а затем освоение их в условиях производства является характерной чертой XXI века, с которой он, очевидно, останется в истории.

В заключение наших размышлений на тему прикладной культурологии хотелось бы ненадолго вернуться к их началу. Нам думается, что гуманитаризация воспитательно-образовательного процесса выступает не как маловажное звено в процессе подготовки специалиста, а как основа формирования современной культурной и культурологической компетентности (А. Флиер) студентов, обучающихся по специальности «Прикладная культурология».

### ***Цели и задачи дисциплины «Прикладная культурология»***

Современные требования к уровню подготовки студента как будущего специалиста включают в себя общие требования к уровню подготовки, требования к академическим компетенциям, требования к профессиональным компетенциям, а также требования к социально-личностным компетенциям. Благодаря такому комплексному подходу, выстраивается логическая цепочка, в которой взаимосвязаны три вопроса: «для чего учить», «чему учить» и «как учить». В данной учебной программе по прикладной культурологии в соответствии с вышесказанным соблюдены все необходимые пропорции и взаимосвязи.

Данный оригинальный авторский курс, разработанный и апробированный сотрудниками кафедры культурологии Института современных знаний имени А. М. Широкова на протяжении ряда последних лет, опирается и на ряд других документов, регламентирующих получение культурологического образования в нашей стране.

Так, в соответствии со стандартными документами в Институте современных знаний им. А. М. Широкова корректным образом сформулированы цели и задачи дисциплины «Прикладная культурология». *Основной целью* дисциплины «Прикладная культурология» является освоение, сохранение, создание и распространение ценностей культуры, постижение индивидом результатов этой деятельности и процесс включения его в производство ценностей культуры. В результате освоения курса студенты должны уверенно ориентироваться в проблемном поле прикладной культурологии, приобрести компетентностные навыки в данной области.

*Задачами* изучения дисциплины «Прикладная культурология» являются:

– изучение основ прикладной культурологии, что позволяет использовать закономерности процесса приобщения человека к культурному социуму в специфических условиях региона, определенного учреждения культуры, организации и семьи;

– использование достижений прикладной культурологии для воздействия на процесс развития личности, для управления педагогическим процессом и реализации принципов педагогики сотворчества и взаимовоспитания в социально-культурной деятельности;

– освоение методологии и методики общественной организации свободного времени для обеспечения основных направлений социально-культурной деятельности различных категорий населения;

– знакомство с принципами организации и экономики учреждений культуры для осуществления эффективного управления их деятельностью в реальных условиях их существования;

– обучение методике прогнозирования, планирования и разработки культурных проектов и программ;

– развитие профессионального мышления и культуры социальной коммуникации, адаптации и мобильности выпускника вуза в современных изменяющихся социально-культурных условиях.

В ходе обучения применяются активные методы педагогического взаимодействия, диалогические формы, творческие задания, направленные на личностный рост и развитие творческого потенциала студентов. Изучение учебной дисциплины «Прикладная культурология» у студентов должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

– академические компетенции:

АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом

АК-3. Владеть исследовательскими навыками в области культурологии

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (быть креативным)

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, использованием информации и работой с компьютером

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации

– социально-личностные компетенции:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

САК-6. Уметь работать в команде

САК-9. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

## 1.1. Курс лекций

### *Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности (СКД)*

#### **Тема 1. Понятие СКД**

Глубокое осмысление этой темы возможно на стыке таких фундаментальных наук, как философия, история, этика, эстетика, социология, педагогика, психология, культурология, экономика, правоведение. Деятельность — основа человеческого бытия, специальная форма проявления активности человека. Это многогранный процесс, характеризующий определенный тип отношения к миру и тип бытия в мире.

В общесоциологическом аспекте понятия «деятельность» характеризует и активность; социального субъекта.

Культура (от лат. *colō* – обрабатывать, возделывать, разводить, обитать, охранять; *cultura* – возделывание, обработка, почитание, воспитание, образование, развитие) – высокий уровень качественного развития общества, творческих сил и способностей индивида, нашедший выражение в специфически человеческих способах и формах организации жизнедеятельности, а также в создаваемых людьми материальных и духовных ценностях. Это одна из универсальных категорий современного сознания.

**Этимология слова «культура».** Слово «культура» впервые встречается в труде древнеримского общественного деятеля и агронома М. П. Катона «О земледелии» в значении – «*cultura agri*» («возделывание поля»). Благодаря выдающемуся оратору М. Т. Цицерону культура стала восприниматься как «*cultura animi*» («возделывание души»). Вплоть до эпохи Просвещения слово «культура» преимущественно использовалось как метафора. Своим вхождением в активный научный лексикон европейцев Нового времени слово «культура» обязано историографу и юристу С. Пуфендорфу (1637–1694), а также другим немецким мыслителям этого времени (И. К. Аделунга, И. Г. Гердер, И. Кант).



В России слово «культура» распространилось на столетие позднее, чем в Западной Европе.

Определения культуры. Первое научное определение культуры было дано в 1871 году Э. Б. Тайлором в книге «Первобытная культура». Он говорил, что культура «слагается в своем целом из знания, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев и некоторых других способностей и привычек, усвоенных человеком как членом общества». В настоящее время насчитывается 500 определений понятия «культура» – при этом ни одно из них не является единственно верным и исчерпывающим.

В настоящее время слово «культура» является одним из самых известных и часто употребляемых. Оно используется в следующих значениях: «приспособление к природным условиям или пересоздание природы», «продукт жизнедеятельности людей», «правила, организующие определенным образом жизнь людей», «социальная память человечества», «способ передачи небиологической информации путем образования и воспитания», «поток идей, переходящих от индивида к индивиду посредством символов».

XX–XXI века впервые в истории, возможно, станут эпохой доминирования «логики культуры» (В. С. Библер). На современном этапе принято говорить не столько о культуре, сколько о множестве культур. В XX веке ряд ученых выступили с предложением создать науку о культуре (Г. Риккерт, А. А. Белый, Л. Э. Уайт). Однако рождение культурологии принято связывать с выходом в свет книги Л. Э. Уайта «Наука о культуре» (1949).

**Социодинамика культуры.** Культура по природе своей изменчива. Можно выделить несколько основных типов зарождения и существования феноменов культуры. Во-первых, это культурогенез – процесс порождения новых форм культуры и их включения в состав социально одобряемых и значимых практик, а также формирование новых систем и конфигураций культуры. Этот процесс протекает постоянно на протяжении всей истории человечества и отражает, прежде всего, адаптивную пластичность культуры. Во-вторых, отметим наследование традиций – процесс межпоколенной трансляции и воспроизвод-

ства образцов культуры, а также утраты социальной актуальности и отмирания уже существующих и интегрированных в социальную практику явлений, что предопределяет преемственность исторического социального опыта людей и позволяет осуществлять воспроизводство устойчивых человеческих сообществ. В-третьих, мы назовем диффузию культуры – процесс пространственно-временного распространения образцов культуры, их заимствование и внедрение в новые, еще не практиковавшие эти формы системы культуры, что приводит к обмену элементами социально-культурного опыта, взаимодействию различных сообществ и установлению взаимопонимания между ними. В-четвертых, вспомним трансформацию форм культуры процесс модернизации, прогрессивного развития, слияния, а возможно, и деградации систем культуры вплоть до их исчезновения на практике. И наконец, в-пятых, отметим реинтерпретацию форм культуры – процесс изменчивости смысловых и символических характеристик форм и связей культуры.

Прогресс в исторической динамике культуры возможен, но отнюдь не обязателен. История свидетельствует, что большинство существовавших на Земле народов, достигнув определенного уровня развития культуры, вступает в состояние гомеостаза со своим природным и социальным окружением, при котором процессы изменчивости культуры продолжаются на микроуровне, но не ведут к общему усложнению системы в целом. И лишь в сравнительно редких случаях некоторые сообщества (например, народы Европы и ряд других) совершают последовательную прогрессивную эволюцию в своих основных социально-культурных характеристиках – от архаики до постиндустриальной стадии развития.

**Объект культуры.** Объект культуры (от лат. *objacío* – бросаю вперед, противопоставляю; позднелат. *objectum* – предмет + лат. *cultura* – возделывание, обработка, почитание, воспитание, образование, развитие) – область познания и деятельности субъекта культуры; продукт реализации творческой активности субъекта.

Объектом культуры является все содержание культуры и проживание этого содержания субъектом. В результате познания объекта культуры субъектом в последней формируются новые знания, а также эмоционально-ценностные критерии и оценки. Объект культуры чрезвычайно сложен.

Основными глобальными объектами культуры являются природа, человек, общество. Из перечисленных объектов культуры человек представляется наисложнейшим, поскольку одновременно является объектом и субъектом культуры. Противопоставление объекта субъекту в данном случае относительно. В любом случае, объект и субъект культуры диалектически взаимосвязаны и представляют в своем единстве систему созидательной деятельности людей.

Раскрытие содержания объекта культуры предполагает ответ на вопросы «что такое культура?», «что имеется в виду, когда говорится о ее высоком или низком уровне развития?», «чем определяется развитие культуры?».

Культуру следует рассматривать как целостное и органичное явление. С точки зрения современной науки она представляет собой сложноорганизованную открытую нелинейную динамичную и саморазвивающуюся систему. В широком смысле культура включает в себя все утвердившиеся в обществе формы жизнедеятельности, а в узком смысле – ее границы совпадают с границами сферы духовного творчества. Сторонниками данного подхода для характеристики негативных общественных явлений используется понятие «антикультура». В этом случае «культура» – это то, что содействует развитию, а не деградации личности и человечества в целом. Культура объективирует себя в различных механизмах, сооружениях, знаниях, умениях, навыках и механизмах их трансляции, а также мировоззрении, видах и отраслях труда, способах и формах общения, нормах морали и права, произведениях искусства, системе знаков и символов.

В последнее время на наших глазах происходит системная трансформация объекта культуры и формирование глобального культурного пространства как поликультурного континуума.

Объекты культуры. Это материальные и духовные, движимые и недвижимые, исторические и современные продукты познания и деятельности субъекта в области культуры. Понятие “объекты культуры” следует отличать от ряда близких по смыслу или родственных понятий. Например, понятие “объекты культуры” шире, чем понятие “организации культуры” и “учреждения культуры”. В отечественных научных источниках понятие “объектов культуры” к настоящему времени, не смотря на очевидность его обыденной интерпретации, практически не разработано. Однако нормативно-правовые документы государств СНГ уверенно оперируют понятиями «объекты культуры» и «объекты культурного наследия».

Понятие «объекты культуры» наиболее детально рассмотрено в Модельном законе «О культуре» Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (2004 г.). К объектам материальной культуры отнесены имеющие историко-культурную значимость здания, сооружения и предметы, уникальные в историко-культурном отношении территории и объекты. Под объектами духовной культуры понимаются нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, языки, диалекты и говоры, национальные традиции и обычаи, исторические топонимы, фольклор, произведения литературы, искусства и народного художественного творчества.

В особо охраняемую категорию объектов культуры на территории СНГ выделены «историко-культурные ценности» и «культурное наследие». На практике в Список историко-культурного и природного наследия ЮНЕСКО включены три объекта мирового культурного наследия и один природный объект, находящиеся на территории Республики Беларусь. В настоящее время в Республике Беларусь реконструируется около 400 объектов культурного наследия национального и местного значения. Понятие «объекты культуры» упоминается также в тексте законов Республики Беларусь «О культуре» (2004г.), «Об охране историко-культурного наследия РБ» (2006г.).

**Субъект культуры.** Субъект культуры (от лат. *subjectus* – лежащий внизу, находящийся в основе + лат. *cultura* – возделывание, обработка, почитание,

воспитание, образование, развитие) – человек, познающий мир культуры и воздействующий на него своей практической жизнедеятельностью; физические и юридические лица, участвующие в культурной деятельности. К настоящему времени утвердилось так называемое субъективное материалистическое мировоззрение, признающее активную роль субъекта культуры в процессе познания и преобразования действительности. В ходе культурно-исторического процесса субъект культуры осуществляет свободную, специальную, целесообразную и производительную деятельность по изменению окружающего мира.

Принято считать, что человек является одновременно и творением, и творцом культуры. Сущность описанных процессов замечательно передают поэтические строки:

...Два мира есть у человека:  
Один, который нас творил,  
Другой, который мы от века  
Творим по мере наших сил.

Н. Заболоцкий

Своеобразие человека как культурного существа требует противопоставления его миру природы, понимаемому как некультурное пространство. Культура – это все то, что создано человеком, его трудом, разумом, творческой энергией, а также наделено в той или иной степени и форме культурным содержанием и является частью культурного производства. Культура возникает и функционирует как специфически человеческий способ и универсальная характеристика актов и результатов жизнедеятельности людей, их исключительная собственность. Нет общества, народа, социальной группы, лишенных культуры – поведение людей так или иначе предзадано культурой. При этом она рассматривается как итог, главный смысл и сверхценность человеческого существования. Культура открывает путь к освоению многовекового человеческого опыта для формирования жизненной стратегии каждого индивида. На рефлексивной глубине самопознания и поисков предельных оснований себя человек «дорастает» до идеального мира культуры и начинает использовать сокровища мировой

культуры как форму самодетерминации собственной жизни, сознания и мышления.

**Структура культуры.** Культура представляет собой сложную (состоящую из множества элементов и многовариантную) самоорганизующуюся (основанную на механизме инкультурации, в котором человек выступает одновременно субъектом и объектом) открытую (включающую в себя специфические «входы» и «выходы» и заключающую в себе различные формы будущей жизни) неравновесную (неустойчивую) нелинейно (немеханически) развивающуюся систему. Учитывая многогранность содержания культуры, она не может быть структурирована единственно верным образом. Структурирование культуры вариативно в зависимости от того, какой критерий положен в основу структурирования.

Критерии структурирования культуры могут быть формальными (учитывающими внешние признаки) и сущностными (придающие значение внутреннему содержанию). В культурологической литературе встречается большое количество авторских подходов к структурированию культуры:

– по темпам динамики культуры (К. Мангейм); по способу передачи культурного опыта (М. Мид); по гендерным основаниям (Я. Бахофен); по доминирующим ценностям (М. Вебер, П. Сорокин) и др.

Принято выделять материальную культуру (включающую в себя предметно-вещный мир, орудия труда и средства производства, экономику, технику и технологии), а также духовную культуру (состоящую из мифологии, религии, философии, нравственности, науки, образования, права, политики, искусства). Между материальной и духовной культурой существует тесная взаимосвязь. Основные отличия между ними выражаются в предмете, целях и функциях.

Традиционно выделяют различные типы культуры. Например: исторические типы культуры (первобытная культура, древняя (в том числе античная) культура, средневековая культура, ренессансная культура, культура Нового и Новейшего времени); хозяйственно-бытовые типы культуры (кочевая культура (культура скотоводов) и оседлая культура (культура земледельцев); религиоз-

ные типы культуры (буддистская культура, христианская (католическая, православная, протестантская) культура; мусульманская культура); социальные типы культуры (элитарная культура, массовая культура, маргинальная культура; молодежные культуры);

Одним из общепризнанных вариантов структурирования культуры является ее деление на территориальные типы. К территориальным типам культуры относят мировую культуру, мультирегиональные культуры, национальные культуры, этнические культуры, региональные культуры и локальные культуры.

В зависимости от основных направлений жизнедеятельности человека выделяют виды культуры: физическая, нравственная, политическая, правовая, художественная и другие виды культуры. Внутри видов культуры различают высокий (профессиональный), трансляционный и начальный (непрофессиональный) уровни (Э. Орлова).

**Функции культуры.** Э. Соколов в книге «Культура и личность», на наш взгляд, удачно определил семь основных функций культуры. Это функция освоения и преобразования мира; коммуникативная функция (функция общения); сигнификативная функция (функция означивания); функция накопления и хранения информации; нормативно-регулирующая функция; функция релаксации и проективной разрядки; функция защиты и адаптации.

Теперь остановимся на других важных терминах темы.

*Культурная деятельность* – деятельность по выявлению, сохранению, формированию, распространению и освоению культурных ценностей.

*Культурные ценности* – нравственные и эстетические идеалы, нормы и образцы поведения, языки, диалекты и говоры, 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.

*Культурные блага* – условия и услуги, предоставляемые организациями, другими юридическими и физическими лицами гражданам для удовлетворения их культурных потребностей.

*Творческая деятельность* – создание культурных ценностей и их интерпретация. Творческий работник, субъект культурной деятельности — физическое лицо, участвующее в процессе создания, выявления, сохранения, распространения и освоения культурных ценностей. Достоинство культур народов и национальных групп – признание их ценности, проявление уважения к ним.

Культурное наследие народов и национальных групп, проживающих на территории Республики Беларусь, – это материальные и духовные ценности, созданные в прошлом, а также историко-культурные территории и объекты, значимые для сохранения и развития самобытности Беларуси и ее народа, их вклада в мировую цивилизацию.

Культурные аспекты государственных программ развития – перспективы социально-экономических, научно-технических, экологических и других программ развития с точки зрения воздействия результатов их реализации на сохранение и развитие культуры, а также влияния самой культуры на эти результаты.

*Государственная культурная политика*, политика государства в области культурного развития – совокупность принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры, а также сама деятельность государства в области культуры. Так, начиная со времени принятия «Декларации о государственном суверенитете Белорусской Советской Социалистической Республики», с момента образования независимого и суверенного государства Республика Беларусь, в нашей стране проводится значительная работа по развитию и упрочнению белорусской духовности – фундамента всех свершений и начинаний белорусского народа.

Суть государственной политики в сфере социально-культурной деятельности, народного творчества и досуга в целом определена в ряде законодатель-



ных актов: Законов «О культуре в Республике Беларусь», «Об общественных организациях в Беларуси», а также в отдельных статьях Конституции Республики Беларусь и других государственных документах, которые обеспечивают достаточно высокую степень свободы культурно-творческой деятельности граждан, обеспечивают доступ каждому к ценностям и мировой и белорусской национальной культуры, дают возможность культурных нововведений и социально-организационного экспериментирования.

*Социально – культурная сфера* – это одна из наиболее динамично развивающихся сфер общественной жизни нашей республики. Социально-культурная деятельность является одним из наиболее значимых элементов духовной жизни общества. Она формирует духовный мир общества в целом и каждого конкретного человека.

В современный период жизни нашего общества роль государства как гаранта культурной политики значительно возрастает. Государство как важнейший социальный институт оказывает мощное влияние на развитие культуры. Это влияние проявляется, главным образом, в законодательном регулировании и бюджетном финансировании культуры. Деятельность государства как субъекта культурной политики направляется на регулирование процессов производства, сохранения, распространения и освоения культурных ценностей.

Непосредственно в социально – культурной сфере культурная политика Белорусского государства направлена на:

- реализацию созидającego потенциала белорусской культуры;
- концентрацию усилий на приоритетных направлениях ее развития;
- сохранение национально-культурного наследия;
- внедрение культуры в сферу производства, образования, общественных отношений, быта, досуга и других областей жизнедеятельности;
- стимулирование социально-культурной активности населения;
- осуществление национальных, региональных, муниципальных и отраслевых культурных программ;
- поддержание диалога культур, международных культурных связей;

- совершенствование инфраструктуры социально-культурной сферы;
- подготовка специалистов для учреждений и организаций социально-культурной сферы.

*Культурная политика в социально-культурной сфере* – это совокупность основанных на концептуальном представлении о роли и месте культуры в жизни общества организационно-управленческих принципов, материально-технических, финансовых, информационных, кадровых ресурсов и организационно-правового обеспечения и практических мер; это деятельность государственных структур, связанная с формированием и согласованием социальных механизмов и условий культурной активности как населения в целом, так и всех его групп, ориентированных на удовлетворение и формирование познавательных, коммуникативных, рекреационно–развлекательных и творческих потребностей.

Цель, сверхзадача всей культурной политики в социально-культурной сфере – развитие личности средствами культуры. Предметом культурной политики государства в социально-культурной сфере являются прежде всего процессы социализации, инкультурации и индивидуализации личности; внедрения культурных начал во все сферы жизнедеятельности.

В Республике создана и активно формируется инфраструктура социально – культурной сферы как целостной системы (совокупности) материальных, организационных, финансово – экономических, кадровых, информационно-методических и других условий осуществления социально-культурной деятельности на индивидуальном и общественном уровнях, обеспечивающих удовлетворение духовных интересов и потребностей граждан нашего общества; а также создание, освоение, сохранение, распространение и дальнейшее развитие ценностей национальной культуры.

Важнейшие сферы культурной деятельности: выявление, изучение, охрана, реставрация и использование памятников истории и культуры; художественная литература, кинематография, сценическое, пластическое, музыкальное искусство, архитектура и дизайн, фотоискусство, другие виды и жанры искус-

ства; художественные народные промыслы и ремесла, народная культура в таких ее проявлениях, как языки, диалекты и говоры, фольклор, обычаи и обряды, исторические топонимы; самодеятельное (любительское) художественное творчество; музейное дело и коллекционирование; книгоиздание и библиотечное дело, а также иная культурная деятельность, связанная с созданием произведений печати, их распространением и использованием, архивное дело; телевидение, радио и другие аудиовизуальные средства в части создания и распространения культурных ценностей; эстетическое воспитание, художественное образование, педагогическая деятельность в этой области; научные исследования культуры; международные культурные обмены; производство материалов, оборудования и других средств, необходимых для сохранения, создания, распространения и освоения культурных ценностей; иная деятельность, в результате которой создаются, сохраняются, распространяются и осваиваются культурные ценности.

При изучении курса «Прикладная культурология» важно уметь ориентироваться в характерных особенностях и закономерностях, присущих социально-культурной деятельности в современных условиях, владеть основными терминами, которыми оперирует эта отрасль научного знания.

Научный статус и общественное признание той или иной науки в значительной мере зависят от степени разработанности ее теоретических основ, которые раскрывают предмет, цели, закономерности и функции данной науки, ее связи с практикой. Социально-культурная деятельность в этом плане не составляет исключения. Она занимает одно из главных мест в практическом труде современных работников: социального педагога, социального психолога, культуролога-менеджера, социолога, экономиста и др. Другими словами, в настоящее время представители различных профессий занимаются менеджментом в сфере социально-культурной деятельности. Обладая глубоким гуманитарным содержанием, профессия специалиста в области социально-культурной деятельности стала неотъемлемой частью образа жизни в большинстве цивилизованных стран. Без учета деятельности специалиста в области социально-культурной

деятельности не обходятся ни программы социального развития, ни социальная политика любого государства. Данные специалисты привлекаются муниципальными и государственными органами, общественными организациями в качестве экспертов при подготовке законодательных актов и принятии решений.

Некоторые исследователи ставят знак равенства между понятиями «социальная активность» и «социальная деятельность». Однако это не синонимы, хотя понятия взаимосвязаны, взаимообусловлены и имеют общие качественные характеристики. Деятельность – это процесс реализации социальной активности, поскольку «сущность человека значительно богаче, разностороннее и сложнее, чем только система его деятельности». Социальная активность как проявление сущностных свойств личности выражается через деятельность, непосредственно связана с ней. Социальная активность значительно шире социальной деятельности. Наряду с последней она включает в себя еще и предшествующий деятельности процесс – образование источника напряженности, осознание необходимости действия, формирование соответствующей установки, выбор оптимального поведения. Сама же деятельность приобретает конкретную предметную направленность, в ходе ее определяются цель, программа действий, их последовательность, управление (самоуправление) самим процессом деятельности. В специальной литературе последних лет деятельность определяется человеческими характеристиками, поскольку является специфической формой именно человеческой деятельности. Каждый человек на протяжении своей жизни оказывается погруженным во множество конкретных видов деятельности, которые различаются прежде всего своим предметным содержанием, обусловленным совокупностью потребностей, мотивов, задач и действий.

**Социально-культурная деятельность (СКД)** имеет характерные черты. Она осуществляется в свободное время, отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой различных групп, индивидуумов. Социально-культурная деятельность обусловлена национально-этническими, региональными особенностями и традициями, на характеризуется многообразием видов на базе общекультурных, художественных, познавательных, политиче-

ских, социальных, бытовых, семейных, профессиональных и прочих интересов взрослых, молодежи, детей. Широкая вариативность видов социально-культурных институтов общества создает условия для этой деятельности. Социально-культурная деятельность реализуется в институциональных и неинституциональных формах. Она свободна от различных видов производственной, учебной деятельности, от мотивированности бизнесом, прибылью. Свободный выбор досуговых занятий, связанных с рекреацией, саморазвитием, самореализацией, общением, удовольствием, оздоровлением, осуществляется на основе интересов и потребностей человека. Социально-культурная деятельность отличается глубокой личностной направленностью, поскольку несет в себе черты индивидуальности, определяемые ее биологическими особенностями и социально-психологической структурой. Эта деятельность может протекать как индивидуально, так и коллективно. Ей присуща целенаправленность. Именно сознательно поставленная цель приводит в движение деятельность: предварительная продуманность действий после ее постановки, анализ ситуации, в которой человеку предстоит действовать, выбор способов и средств достижения цели определяют последовательность действий личности в социально-культурной сфере.

Социально-культурную деятельность правомерно рассматривают как организацию личностной, общественной, государственной помощи людям. В определённой степени она основана на альтруизме и направлена на оказание необходимой поддержки людям, когда они попадают в стрессовые ситуации, связанные с потерей близкого человека, стихийными бедствиями, полной или частичной утратой трудоспособности, душевным срывом, безработицей, принятием жизненно важных решений. В этих ситуациях вольно или невольно оказывается не один человек, но и его семья и ближайшее окружение.

Для глубокого понимания самой сути социально-культурной деятельности принципиально важно иметь представление о характере личных взаимоотношений между специалистами в области социально-культурной деятельности и его подопечными (клиентами). Посредничество специалиста СКД в сфере до-

суга состоит в том, что он не ждет, когда кто-то из его подопечных обратится к нему за помощью, а сам стремится создать оптимальные условия досуга, столь необходимые для саморазвития, самоутверждения, самотворчества людей. Чем больше развивается сегодня социально-культурная деятельность, тем яснее становится потребность в повышении уровня ее профессионализма. К основным **целям** социально-культурной деятельности относятся: а) забота специалиста в области социально-культурной деятельности об увеличении самостоятельности своих подопечных, развитии у них способности контролировать свои действия и более эффективно решать возникающие проблемы; б) поиски индивидуального и по-своему уникального подхода к каждому человеку и к каждой семье в современных условиях, направленного на удовлетворение их экономических, духовных, досуговых интересов и потребностей; в) создание условий, благоприятной досуговой среды, которая помогла бы каждому человеку – ребенку, подростку, взрослому, несмотря на ту или иную экстремальную ситуацию, жизненный кризис, душевный срыв, сохранить равновесие, чувство собственного достоинства, физические силы, познавательную и творческую активность.

Природу и назначение социально-культурной деятельности, как правило, рассматривают в нескольких основных аспектах: *экономическом*, где преобладающее место в характеристике социально-культурной деятельности занимают такие категории, как хозрасчет и рентабельность, затраты и освоение капиталовложений, эффективность, самокупаемость, материальная обеспеченность; *гуманитарном*, охватывающем широкий спектр содержания и современных технологий социально-культурной деятельности, который включает целый блок изначальных понятий социальной работы, досуга, социально-культурной сферы, социального назначения, принципов и функций, частных и отраслевых методик, отечественного и зарубежного опыта; *организационно-управленческом*, где основу смыслообразующих структур составляют понятия менеджмента в социально-культурной сфере, централизации и децентрализации, демократизма и самоуправления, контроля и отчетности, социально-культурного диагности-

рования, прогнозирования и проектирования. Все практические реализуемые в сфере социально-культурной деятельности процессы основаны на взаимозависимости и взаимодействии названных направлений.

Рассматривая ведущие черты социально-культурной деятельности, особо выделим ее гуманистический, культурологический, развивающий характер, поскольку в основном она имеет культурные цели. Указанные черты социально-культурной деятельности могут быть значительно дополнены, иначе классифицированы, но именно они определяют ее назначение. В социально-культурной деятельности взаимодействуют репродуктивные, творческие и репродуктивно-творческие элементы. Репродуктивная деятельность в культурно-досуговой сфере является необходимым условием жизнедеятельности человека. Репродуктивность неизбежна и обязательна во многих видах досуговых занятий, непрофессиональной художественной самодеятельности, клубной практике и т.п. В то же время для участника самодеятельного коллектива, например, освоение азов искусства, овладение организаторскими умениями, сами процессы познания, реализации своих интересов и потребностей – не только репродукция, но и творчество. В связи с этим типологические **уровни** социально-культурной деятельности можно классифицировать следующим образом: творческий – преобладание творческих моментов в деятельности; репродуктивно-творческий – открытие человеком того нового для себя, что объективно не является новым; репродуктивный – простое воспроизведение отработанных форм, предметов, способов и т.п. Есть свои отличия и сходство у деятельности и поведения. С одной стороны, поведение характеризует ситуативность, импульсивное, спонтанное проявление активности, своего рода реакцию на определенную ситуацию, часто без предварительно поставленных целей, схемы действий, ожидаемого результата. В то же время поведение, как и деятельность, носит сугубо личностный характер, по существу это две стороны социально-культурной активности человека. Деятельность и поведение являются проявлением сущностных свойств личности, ее активности. Общение, потребность в общении являются доминантой действий человека, существенным качеством человека на всех историче-

ских этапах его эволюции, историческим проявлением определенной культуры общества.

Понятие «социализация личности» обычно трактуется как процесс усвоения человеком огромного социального опыта. Этот процесс предполагает как включение личности в систему общественных отношений, так и самостоятельное воспроизводство индивидом этих отношений. Социализация обусловлена разнообразными социальными, социально-психологическими, психолого-педагогическими факторами. Среди них необходимо различать целенаправленные усилия общества и его различных социальных институтов по; оформлению личности (т.е. собственно воспитание), влияние среды и ближайшего окружения личности, активность личности, избирательно продвигающейся к ближайшему окружению, к его нормам и ценностям, к педагогическим воздействиям, самовоспитанию и саморегулированию поведения. Социально-культурная деятельность по существу может рассматриваться как самостоятельная подсистема общей системы социализации личности, социального воспитания и образования людей. Одновременно она является важнейшей функцией государственных и негосударственных структур, сферой приложения усилий многочисленных общественных движений и инициатив, средством рационального использования свободного времени различных групп населения.

Социальное (общественное) воспитание рассматривается в научной литературе как педагогически ориентированная и целесообразная система общественной помощи, необходимая детям, подросткам, молодежи в период их включения в социальную жизнь. Она предполагает полноценное использование в воспитательно-образовательном процессе всего арсенала средств и возможностей, которыми располагает общества для формирования личности, адекватной его требованиям и в определенной мере опережающей его развитие. Долгое время в обыденном сознании бытовало и сейчас бытует ложное представление о том, что социальное воспитание – это преимущественно школьное воспитание, что семья, внешкольные институты, бытовая микросреда и другие важнейшие инструменты социализации личности играют второстепенную, вспомо-



гательную роль. Между тем, прошлая многовековая и нынешняя практика опровергают этот тезис. Без опоры на народную педагогику, без семейного воспитания, активного родительского творчества подлинная социализация личности невозможна.

Основная цель социального воспитания – содействие развитию человека как личности, реализации его способностей и возможностей в обществе. В структуре конкретных целей социального воспитания на передний план выдвигается задача приведения в соответствие двух сторон взаимодействия – общества, направляющего воспитательные возможности всех субъектов и сфер жизнедеятельности в интересах каждого человека, и механизма социализации самой личности, активизации ее творческого потенциала.

Центром идеи социального воспитания является современный человек, человек с новым образом мыслей, новым уровнем досуговых потребностей. Путь к осуществлению этой идеи – создание социально-открытой системы культурно-досуговой деятельности.

#### **СКД можно определить:**

1. Как социальный феномен: СКД – общественно-значимый способ активного отношения человека к действительности, проявляющийся в производстве, распространении и потреблении ценностей культуры в сфере досуга.

2. Как общечеловеческий феномен: СКД – социальный механизм и сфера международных, межнациональных культурных связей и обменов, проводящихся независимо от инициативы или по инициативе частных лиц, государственных или негосударственных организаций.

3. Как конституционно-правовой феномен: СКД – конституционный механизм создания правовых гарантий для свободной культурной деятельности граждан, этнических общностей; определения принципов и правовых норм взаимоотношений субъектов культурной деятельности, государства и организаций культуры.

4. Как научно-исследовательский феномен: СКД – междисциплинарная область научных исследований, предметом которой выступает изучение куль-

турной, образовательной, просветительной среды обитания человека, особенностей духовного развития различных социальных, возрастных, профессиональных и этнических групп.

5. Как учебно-образовательный феномен: СКД – программа подготовки специалистов средней и высшей квалификации в области культуры и искусства, способных обеспечить социально-педагогическое, психолого-педагогическое, информационное, организационно-методическое содействие развитию личности в процессе производства, интерпретации, сохранения и распространения культурных ценностей.

6. Как межотраслевой, внепроизводственный феномен: СКД – функция, содержание и сфера деятельности трудовых коллективов материальных и нематериальных отраслей производства, осуществляемая в рекреационных, просветительных, креативных целях.

7. Как профессионально-отраслевой феномен: СКД – система профессиональной деятельности, стимулирующая на государственно-нормативной основе духовное развитие, культурную активность личности и социума в условиях свободного времени.

8. Как пространственно-временной феномен: СКД – 1) профессиональное поле деятельности специалистов социальной сферы, осуществляемой в рамках их рабочего времени; 2) самостоятельная культурная деятельность человека, ограниченная объемом и структурой его свободного времени, главным образом, той его части, которая определяется как досуг.

9. Как общественно организованный феномен: СКД – особая область деятельности общественных организаций и движений, направленная на сохранение и трансляцию исторически сложившихся норм поведения, национального языка, традиций, обычаев, фольклора, промыслов и ремесел различных этносов.

10. Как личностно индивидуальный феномен: СКД – 1) духовно-эстетическая индивидуальная деятельность, основанная на инициативе, активности, добровольности, выражении "самости" человека в его творческом развитии; 2) функционирование личности в окружающей социокультурной среде,

формирование ее социокультурного статуса, норм и образцов поведения, форм участия в социокультурных процессах.

Объектом науки является то, что изучается наукой. СКД – это деятельность человека. Теория СКД изучает главным образом сам опыт, практику. СКД изучает и личность, и общество в целом. Опыт СКД представляет собой виды, формы, способы, средства этой деятельности.

Объектом теории СКД выступают виды, способы, формы, средства организации духовной деятельности социума и личности в условиях свободного времени в целях формирования их общественно значимых качеств.

Предметом теории СКД являются закономерности государственно-общественной и личностно-индивидуальной духовной деятельности в условиях свободного времени.

**СВОБОДНОЕ ВРЕМЯ** – часть общего бюджета времени, свободная от выполнения профессиональных, гражданских, семейных, физиологических функций и иных непреложных дел, в которой личность выбирает вариант действий с учетом своих склонностей, материальных возможностей, физического состояния и уровня культуры.

**ДОСУГ** – 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.

**Функции досуга:** рекреативная – снятие физического, психического, интеллектуального напряжения; восстановление сил посредством активного отдыха; развивающая – 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.

**КУЛЬТУРА ДОСУГА** – качество личности, отражающее потребности и умение конструктивно использовать свое свободное время, которое реализуется в активном отдыхе, духовно насыщенном общении, удовлетворении и постоянном возвышении духовных интересов и потребностей посредством репродуктивной и творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию ценностей культуры и развитию своих сущностных сил.

## **Тема 2. Историография понятия СКД**

Эволюция социально-культурной деятельности – это не только следствие ее внутреннего развития, но и результат необратимых изменений, происходящих в жизни общества, ставшего на путь демократизации и обновления. Время постоянно рождает все новые духовные потребности. Трудно рассчитывать, что любая, даже самая идеальная совокупность социально-культурных объектов будет способна их полностью удовлетворить. В связи с этим на протяжении последних десятков лет социологи, культурологи, педагоги, психологи, экономисты ставят закономерный вопрос о необходимости формирования социально взвешенной и, самое главное, сбалансированной культурной среды в каждом регионе. Подразумевается создание, возрождение не одного элемента этой среды, а всего их комплекса, в первую очередь самоорганизуемую и самонаправляемую социально-культурную деятельность населения.

Социально-культурная деятельность в сфере досуга характеризуется многообразием занятий, обусловленных принципиальной неповторимостью, уникальностью и самобытностью личности человека, посвящающего им свое свободное время. Однако имеющиеся здесь ресурсы (материальная база, кадры и актив, методическое обеспечение и др.) используются недостаточно полно и эффективно. Это связано с глубокими противоречиями, сложившимися в течение десятилетий в культурно-просветительной сфере: между демократической природой культурно-просветительной работы и авторитарно-бюрократической системой управления культурой; между реальными потребностями и интересами населения и степенью их удовлетворения; между возрастающим плюрализмом в нарождающемся гражданском обществе и старой парадигмой культурно-

го развития; между необходимостью развития материальной базы и материально-хозяйственным обеспечением отрасли, сохраняющимся «остаточным принципом» по отношению к ней. В обществе длительное время существовала явная недооценка роли и значения культуры как основы общественного прогресса, социально-экономического развития, духовно-нравственного формирования личности.

Для современной социокультурной ситуации общества по-прежнему характерны недостаточная развитость действующих в сфере досуга общественных структур, кризис социально-нравственных идеалов, культуры в целом, глубокое отставание всей социально-культурной сферы вследствие многолетней изоляции страны от широких контактов с многими цивилизованными странами, оторванности от своих «исторических корней».

Возможности для реализации эффективной социально-культурной политики значительно сужаются, в то время как объективная потребность в этом резко возрастает. В современных сложных условиях повышается роль традиционных центров культуры и регионов, исторически являющихся авангардом духовного возрождения страны, основой консолидации ее культурных сил. Нынешнюю социокультурную ситуацию характеризует принципиальная тенденция. Происходит закономерное диалектическое перерастание культурно-просветительной работы как исторически подвижного процесса в более широкое, многогранное социальное явление — социально-культурную деятельность. Суть этого перерастания не в механической смене названий, а в признании активного творческого участия самого человека в качестве основного ценностного регулятора сферы культуры, просвещения, досуга, отдыха.

В течение многих лет культурно-просветительная работа трактовалась как составная часть идеологической деятельности государства по коммунистическому воспитанию трудящихся, осуществляемой государственными и профсоюзными учреждениями, общественными организациями (профессиональными и творческими союзами) и общественно-политическими организациями (КПСС и комсомолом). Поскольку существовавшие в стране общественные,

общественно-политические, социально-культурные организации были полностью слиты с государством, вся культурная жизнь в обществе была подчинена государству, идеологизирована. Независимой от государства социально-культурной деятельности быть не могло. Приведенная выше идеологизированная трактовка культурно-просветительной работы стала инструментом грубого и некомпетентного руководства искусством и культурой в целом, как профессиональной, так и любительской деятельностью в социально-культурной сфере. Такая трактовка базировалась на субъект-объектной теоретической модели организации культурного досуга населения. Сущность этой модели заключается в том, что население рассматривалось не в качестве субъекта организации собственного досуга и тем более субъекта социально-культурной деятельности, а в качестве объекта воздействия со стороны идеологических и управленческих структур, объекта, который они призваны просветить, воспитать, направить на путь в «светлое будущее». Сложившийся еще в 1920-е годы, этот стереотип укрепился и стал одной из самых устойчивых доминант, определяющих и содержание, и методику, и принципы организации как культурно-просветительной, так и всей досуговой деятельности.

В соответствии с этим стереотипом утверждалось мнение: для того, чтобы массы стали субъектом истории, их надо воспитывать. Нетрудно заметить, что субъект-объектная модель – всего лишь вариация популярной для периода административно-командной системы концепции «приводных ремней».

Отношение к народу – вопрос принципиальный для оценки социально-культурной деятельности: либо народ рассматривается как объект воздействия, который «тащат» в «светлое будущее», либо к нему относятся как и к объекту культурно-исторических, духовных. Сказанное, разумеется, не означает, что вообще не может быть социально-культурной деятельности, полностью свободной от идеологии. Если говорить об идеологической подоплеке социально-культурной деятельности, то ее ключевая задача состоит в том, чтобы расковать инициативу, творчество, предприимчивость и самостоятельность людей. Отсюда следует, что в основе перестройки социально-

культурных процессов лежит отказ от субъектно-объектной модели и переход к принципиально иной – субъект-субъектной модели организаций культуры, досуга, просвещения населения. В этой модели народ сам является субъектом социально-культурной деятельности.

Что касается участия многочисленных социальных институтов, культурно-досуговых учреждений, общественных организаций в духовных процессах, то они также являются субъектами, но иного рода. Весь смысл их деятельности состоит в создании условий, необходимых для развития инициативы, активного творчества народа в социально-культурной сфере. Таким образом, задействованные в социально-культурной сфере государственные и общественные структуры постепенно освобождаются от несвойственных им функций и сосредоточивают свои усилия на распространении и развитии культуры, социально-культурной сферы, организации культурного общения и культурного отдыха населения. Однако при этом подразумевается, что они одновременно направлены на формирование массового общественного сознания, на воспитание молодежи и взрослых в духе общечеловеческих ценностей, гуманизма, демократических идеалов. В условиях жесткой борьбы за экономическое выживание учреждения культуры и досуга вынуждены прибегать к различным источникам добывания необходимых материально-финансовых средств, включая сдачу помещений и оборудования клубов и Домов культуры в аренду, прокат инвентаря, привлечение спонсоров, реализацию коммерческих заказов на рекламу, проведение платных мероприятий, расширение сети самокупаемых кружков и объединений и т.д.

В плену вчерашних стереотипов и установок оказалась сама система управления социально-культурно-досуговой сферой на уровне района, города, области. Именно здесь, как известно, складывается местная стратегия развития сферы культуры и досуга с учетом социально-экономических особенностей региона, интересов и культурных запросов населения различных категорий, состояния профессионального искусства и традиций народного творчества. Однако на деле стратегическая региональная социально-культурная политика часто

подменялась администрированием. Ограниченные текущие задачи, как правило, организованного характера превращались в самоцель и решались вне связи с конечным результатом — развитием инициативы и самодеятельности самого населения. Отсутствие собственной позиции, перестраховка, боязнь взять на себя ответственность приводили к бесконечным проверкам, чрезмерному контролю, сковывали творческую инициативу на местах, воспитывали исполнителей, способных работать лишь в четко ограниченных рамках требований и указаний вышестоящих инстанций. Отдельные попытки изменить сложившуюся ситуацию, преодолеть авторитарные тенденции управления ощутимых результатов не принесли. Единственно возможный выход из сложившейся ситуации — устранение организационных механизмов, не позволяющих клубным работникам проявить самостоятельность, инициативу и творчество, демократизация всей системы управления социально-культурными процессами. Социально-культурную стратегию в наши дни можно обозначить следующей формулой: от работы для населения — к самостоятельности и инициативе самого населения, к сознательно-культурному творчеству масс. Социально-культурная деятельность призвана стать условием реализации демократических, конституционных прав человека, пространством поиска смысла жизни, творческого развития и самореализации личности. Для решения этой задачи потребовалось в корне изменить и организационные основы социально-культурной деятельности, отказаться от господствовавших долгое время организационно-хозяйственных принципов управления социально-культурной сферой, дотаций, категоричности, фиксированных штатного расписания и заработной платы, сложившихся форм планирования, учета и контроля — всех элементов старой системы управления.

На протяжении многих десятилетий складывался традиционный взгляд на культуру как на убыточную отрасль в системе хозяйственных связей, включающую совокупность учреждений культуры и искусства, «обижаемых» госбюджетом и постоянно нуждающихся в дополнительных ассигнованиях. Этот взгляд обнаружил свою неперспективность, хотя бы потому, что и сегодня те



мизерные средства, которые выделяются на культуру, не осваиваются, поскольку планы не сбалансированы и не подкреплены ресурсами. Кроме того, традиционный подход, основанный на механическом сложении усилий различных культурно-досуговых служб и учреждений, которые предлагают готовые блага, но всегда нуждаются при этом то в одном, то в другом, неизбежно себя изживает. Между тем сфера досуга рождает все новые и новые потребности, и невозможно всякий раз быстро и качественно удовлетворять их силами только одних традиционных культурных учреждений и институтов.

Сложившаяся ситуация потребовала создания принципиально иных структур управления социально-культурной деятельностью. В основу такой модели положены принципы децентрализации управления, максимальной организационной и экономической самостоятельности, многообразия государственных и общественных социально-культурных «формирований, делегирования полномочий на их создание не только государственным органам власти, но и добровольным объединениям граждан и самодеятельным организациям. Принципиальным является вопрос и о правовой, законодательной базе социально-культурных инициатив. Законодательные акты о культуре, как уже подготовленные, так и находящиеся в стадии разработки, призваны защитить культуру и, в частности, социально-культурную сферу от политического манипулирования ею, экономических потрясений в условиях перехода к рынку, национальной замкнутости. Закон — надежное средство защиты культуры, это доказано мировым опытом. В правовом регулировании социально-культурной деятельности приоритетное место принадлежит таким категориям, как свобода творчества, право личности на саморазвитие и самореализацию, согласование интересов гражданина и общественно-государственных организаций, обеспечение условий для охраны и развития культурного населения народов, доступность культурных ценностей и культурной деятельности каждому гражданину, социальная защита деятелей культуры всех категорий — как профессионалов, так и любителей законодательном закреплении нуждаются и другие жизненно важные реалии, такие, как налоговые льготы — основной инструмент поддержки куль-

туры государством, практика ввоза, вывоза и передачи культурных ценностей, статус профессионального творческого работника сферы культуры.

Определяя права и полномочия государства, творческих организаций, политических партий и движений в области культуры и досуга, законодательство призвано преодолеть сепаратизм, местничество, ведомственность, бюрократизм, корпоративность, коммерциализацию – барьеры, препятствующие нормальному развитию культуры, социально-культурной сферы и социально-культурной деятельности

### **Тема 3. Сущность и специфика СКД на современном этапе**

Для полного представления о сущности социально-культурной деятельности принципиальное значение имеет конкретная, содержательная трактовка таких понятий, как «социально-культурная среда», «государственная и региональная социально-культурная политика», в целом гуманитарная политика в едином культурном пространстве социума», «система социально-культурных институтов». Эти понятия пронизаны огромным социальным смыслом. Говоря о социально-культурной среде и целостной гуманитарной политике, нельзя; ограничивать ее решением проблем науки, культуры и образования и оставлять вне поля зрения такие социально значимые вопросы, как, например, права и свободы человека, цивилизованные формы контактов между людьми, свободное и широкое распространение информации. Принято считать, что культурная среда творится профессиональными работниками культуры, художниками, дизайнерами, другими представителями творческой интеллигенции, специализированными государственными организациями и службами. Они призваны предоставить человеку некое культурное пространство, которое он обживает. При этом в самом понятии «обживание культурного пространства» как будто бы содержится признание необходимости активного, деятельностного начала.

Однако на практике такое «обживание», как правило, сводится к освоению предложенных кем-то, извне и реализованных идей и проектов. Подобное «обживание» ничего общего не имеет с подлинной социально-культурной деятельностью различных социальных групп населения, творческим их сотрудни-

чеством, взаимодействием с профессионалами. Это сотрудничество, взаимодействие возникает только тогда, когда широким слоям населения предлагаются культурная среда, культурное пространство, действительно открытые для самодеятельности.

На протяжении многих лет под социально-культурной деятельностью подразумевались, как правило, либо любительские занятия художественным или техническим творчеством, либо оказание физической помощи в строительстве, благоустройстве и ремонте социально-культурных объектов: клубов, Домов культуры, танцплощадок, спортивных сооружений и т.д.

Широких размахов достигло движение добровольцев, обязавшихся безвозмездно отработать на строительстве объектов культуры и быта определенное число выходных дней. Это, несомненно, принесло ощутимую пользу, поскольку в условиях утвердившегося остаточного принципа выделения ресурсов для развития социально-культурной сферы во многих регионах, особенно в городах-новостройках, сельской местности и т.д., действительно требовалось сооружение объектов культуры и досуга, укрепление материальной базы, необходимой для удовлетворения духовных запросов людей в сфере свободного времени.

Однако даже развитая социально-культурная инфраструктура, сеть учреждений культуры, искусства, спорта с широким предложением благ еще не решают проблему досуга. Все это – лишь крайне существенный, важный элемент полноценной, жизненно необходимой человеку культурной среды.

Среда досуга и общения имеет ярко выраженный социальный характер.

Наш курс рассматривает ее в самом широком плане – как социально-культурную среду, предполагающую наличие трех обязательных элементов: активных субъектов социально-культурной деятельности в лице различных общественных институтов, социальных групп и отдельных индивидуумов; самого процесса этой деятельности во всех ее этапах; совокупности объективных условий, факторов и возможностей для ее реализации. Понятие «социально-

культурная среда» означает, таким образом, конкретное своеобразие и проявление общественных отношений в сфере культуры и досуга.

В отличие от широкой социально-культурной макросреды, в которой действуют факторы, закономерности и институты общегосударственного масштаба, микросреда – это сфера действия малых групп и входящих в них личностей, их непосредственное социально-культурное окружение. Социально-культурная микросреда, ближайшее окружение человека включает в себя множество составных элементов – микросред досуга общения. К ним относятся: среда общения в семье; среда общения с ближайшими родственниками, друзьями, соседями по квартире, дому; среда личностного общения в дошкольных учреждениях, школе, техникуме, вузе; внешкольная, внеучебная и внесемейная среда «общения»; производственно-трудовая среда общения; среда внеличностного общения (влияние средств массовой информации, общение с книгой, искусством, природой, животными и т.д.); круг общения по профессии, а также непрофессиональным интересам, временным увлечениям. Личность может менять свое место в социально-культурной среде, постоянно переходить из одной микросреды досуга и общения в другую и тем самым конструировать в определенной мере свою социально-культурную среду. Естественно, подобная и, на первый взгляд, ничем неограниченная мобильность человека в социально-культурной среде на самом деле не является абсолютной. Она имеет определенные пределы, обусловленные общественно-экономическими отношениями, структурой общественного устройства. Тем не менее, эта свобода выбора, активность личности по отношению к избираемой ею среде досуга и общения не может не учитываться в процессе разработки и реализации социально-культурных проектов, организации социально-культурной деятельности.

Альтернативность, инвариантность социально-культурной среды представляет собой широкое поле для проявления инициативы и самостоятельности, творчества и самоутверждения человека, свободы его социального поведения и социальных ориентации, оценок и предпочтений, свободного участия в принятии социальных решений.

Основой содержания работы традиционных и современных нетрадиционных досуговых центров в значительной степени является самодеятельное культуротворческое начало. На региональном уровне, в масштабах микрорайона, малого, среднего, крупного города предпринимаются попытки найти достаточно эффективные пути, которые смогут в той или иной мере приостановить, нейтрализовать сам процесс относительного спада культурно-творческой активности населения. В муниципальных программах социально-культурного развития регионов предусматривается совершенствование отдыха людей, развлечений, концертно-зрелищной и физкультурно-оздоровительной работы, работы с пьянством, наркоманией, правонарушениями, профилактика социального поведения.

Однако все эти острейшие, злободневные социальные проблемы не могут быть решены по отдельности. Их решение невозможно без наличия целостной (городской или сельской) культурной среды, соответствующей нынешнему этапу развития общества, и активной роли в окружающей среде самого человека. Полноценная социально открытая культурная среда жизненно необходима для человека, для его повседневной деятельности. С одной стороны, она предоставляет широкий простор для общественных инициатив и движений, культурно-исторического, экологического, просветительного, физкультурно-оздоровительного характера. С другой — является тем свободным пространством, в котором сосредоточены, непрерывно циркулируют и взаимодействуют друг с другом многочисленные субкультуры — подростковая, молодежная, студенческая, военная и т.д.

В этой среде постепенно изживают себя традиционные подходы, основанные только на потреблении предлагаемых готовых культурных благ. Процесс естественный и необратимый, поскольку время постоянно рождает новые духовные потребности, и практически невозможно удовлетворить их всякий раз только с помощью формальных структур — специальных органов и учреждений.

Социально-культурная деятельность различных слоев населения в нашей стране исторически была связана со стремительно развивающимся в 1920-х го-

дах общественным бытом. Конкретным результатом социальной инициативы культурно-преобразующей деятельности миллионов людей были многочисленные рабочие и красноармейские клубы, клубы творческой интеллигенции, сельские избы-читальни, домпросветы, пункты ликбеза, разнопрофильные кружки и студии, кооперативные столовые и чайные, дома-коммуны, первые рабоче-крестьянские здравницы и т.д.

Длительное время в социально-культурной среде господствовали чрезмерная централизация управления, исторически сложившийся ориентир на однообразные типы «традиционного» клуба, Дома культуры, музея, парка, библиотеки. Обеднение форм и методов работы, отсталость материально-технической базы этих учреждений на фоне расширения предложений различных форм досуга кооперативами, хозрасчетными и другими досуговыми центрами, динамического развития средств массовой информации, возрастания уровня и многообразия духовных потребностей людей породили в значительной массе населения, особенно среди подростков, молодежи, негативное отношение, определенный кризис доверия к сегодняшним и будущим инициативам государства в социально-культурной сфере. Существовавший на протяжении многих лет определенный авторитет традиционного клуба или библиотеки сегодня основательно поблек, практически не отвечает ожиданиям представлений населения.

Социально-культурная среда в настоящее время далеко не всегда и не везде подготовлена к глубоким изменениям, происходящим в обществе и в сознании людей. Создавая новые условия ее функционирования, эти изменения выдвигают новые требования как к формам организации культурно-досуговой деятельности, так и к целям и методам их реализации. Возникает объективная необходимость в простом упорядочении этой среды, в ее целенаправленной организации. Некоторые теоретики и практики считают эту задачу неразрешимой. Подобного мнения придерживаются те работники управленческого аппарата, которые видят решение проблемы в следовании канонам, стереотипам прямолинейного руководства, построенного на жестокой системе приказов и исполнения. Однако такая система ведет к «заорганизованности» социально-

культурной среды, а не к подлинной ее организации. Реализация конкретных мер по развитию сферы культуры и досуга населения на муниципальном уровне, в рамках определенного социума, безусловно, отвечает социальному заказу и принесет несомненный эффект. Многочисленные народные инициативы и начинания, непрерывно возникающие в рамках свободного времени людей, сегодня один из самых привычных, постоянных элементов культурной среды города и села. Они являются и результатом, и необходимым условием непосредственного общения детей, подростков и взрослых, их живой потребностью участия в общественно-полезных делах. По сути, мы имеем дело с коллективными усилиями людей, чья социально-культурная активность, с одной стороны, не ограничивается узкими семейными рамками, а с другой – по тем или иным причинам не вписывается в деятельность досуговых институтов – клубов, Домов культуры, центров досуга, парков и т.д.

#### **Тема 4. Методические и теоретические основы СКД**

Анализ и оценка содержания понятия социально-культурной деятельности осуществляются сегодня, как правило, в двух направлениях: во-первых, с позиций нынешней социокультурной ситуации в обществе и состояния досуговой сферы; во-вторых, применительно к конкретным локальным (региональным) социально-культурным условиям, присущим определенному краю, области, городу, району, тому или иному селению. В то же время существуют и некоторые общие закономерности, характерные для этого вида общественной практики.

В настоящее время формируется новая система принципов социально-культурной деятельности. Происходит их существенная трансформация, обусловленная новой социально-культурной ситуацией, изменением в политической и экономической жизни общества, процессами демократизации и гуманизации, изменяющимися потребностями и интересами людей. Среди принципов социально-культурной деятельности правомерно выделить следующие:

- принцип приоритета общечеловеческих интересов над классово-сословными в процессе освоения духовных и нравственных ценностей;

- принцип всеобщего массового культуротворчества, самоорганизации, самоутверждения личности как доминирующего признака;
- принцип гуманизации содержания и всего воспитательного потенциала, их всеобъемлющего подчинения интересам, потребностям и установкам личности;
- принцип диалектического единства и преемственности культурно-исторического, социально-педагогического и национально-этнического опыта, традиций и инноваций;
- принцип общественно-государственного соуправления СКД, обеспечения децентрализации и суверенности региональной политики в социально-культурной сфере.

Для современной социокультурной ситуации характерны раскрепощение и развитие общественного сознания на основе гласности и демократизации, выработка конструктивных решений развития общества путем всенародного обсуждения воспитания чувства ответственности за судьбу государства. Приоритетное место в общественном сознании, мышлении принадлежит сегодня гуманизации, переоценке сложившихся стереотипов, преодолению догматизма, психологии иждивенчества и уравниловки, воинствующей категоричности в оценках явлений общественной жизни, нетерпимости к иному мнению. Демократизация предполагает и формирование новой политической психологии – терпимости, умения вести диалог, выслушивать критику, уважения мнений меньшинства и понимания особенностей обыденного сознания. Культурно-досуговые центры в условиях политического плюрализма способны стать своеобразными плацдармами, на которых будут разворачивать свои силы различные политические формирования, борющиеся друг с другом за влияние на массы. Речь идет о весьма широкой общественно-политической работе с использованием демократических средств в рамках действующих законов. Такая работа осуществляется в форме открытого политического диалога. Победа здесь за тем, кто наилучшим образом представляет и защищает интересы народа.



Взаимодействие устанавливается со всеми движениями, партиями, союзами и ассоциациями. Организуя эту работу, культурно-досуговые центры помогают введению в нормальное, демократически-правовое русло во многом пока стихийно реализующегося политического творчества трудящихся, придают более четкую направленность общественно-политическим инициативам новых условиях клубы, общественные центры и другие социокультурные институты становятся носителями и активными проводниками идей политического консенсуса. Методике характерных для организационного досуга бесед, обсуждений, дискуссий, диспутов присуще использование их как эффективной формы современного поиска истины. Здесь обеспечивается атмосфера бережного отношения к каждому мнению, к каждой идее, сопоставления различных точек зрения и подходов, откровенного и делового обмена. Результатом этой работы является консолидация всех сил, которым дороги цели перестройки, идеалы свободного, демократического общества.

Говоря о межнациональных отношениях, необходимо рассматривать их как сложное социально-психологическое явление. Эти отношения в определенной мере затрагивают систему моральных норм и нравственных, ценностей, сегодня они составляют и основу межнациональных отношений. В условиях НТР и развития средств массовой коммуникации интенсивную интернационализацию культуры сопровождает процесс возрождения национальной культуры, народных традиций. В содержании социально-культурной деятельности происходит актуализация национальных форм традиционной культуры и общечеловеческих ценностей. Национальное самоопределение сопровождается неизбежной дифференциацией социально-культурных процессов, тщательным учетом национальных особенностей. Нарушение самого принципа национального самоопределения в периоды сталинизма и застоя привело к тому, что культура многих наций и народностей оказалась оторванной от своих национальных корней, а верх взяла идея всеобщего национального самоотречения. Явно ошибочный курс на всемирную денационализацию культуры имел своим результатом утрату национального самосознания.

В современных условиях восстанавливается историческая преемственность культуры на почве национальных традиций. Преодолевается девальвация культурных ценностей. Возрождается утерянная историческая память. Ликвидируются вредные последствия денационализации культурно-досуговой деятельности. Осуществляется отказ от усредненного, унифицированного, однообразного культурно-досугового института, не имеющего своего национального лица. Организаторы социально-культурной деятельности непосредственно опираются на все полезное, что имеется в активе возрождаемых народных традиций.

Особое внимание в этой связи уделяется восстановлению во многом утраченной системы праздников, обрядности, традиционных форм отдыха и развлечений. Социально-культурная сфера становится активной силой в деле возрождения народного искусства, ремесел, народных игр и других видов национальной культуры. Активизируются национально-патриотические факторы воспитания, которые становятся силой, способной противостоять распространению безверия, скептицизма, цинизма. Развитие патриотизма способствует укреплению сплоченности и единства всех людей. Через национальное идет путь к интернациональному.

Мы можем и в состоянии расширить выбор досуговых занятий всем членам общества, с особым вниманием относясь к особенным группам и лицам. Одновременно и в сфере социально-культурной деятельности каждый человек вправе рассчитывать на доступ к источникам финансирования, службам, возможностям, которые ему требуются.

Другим существенным вопросом, имеющим методологическое значение, является вопрос о функциях социально-культурной деятельности и их классификации. Эта проблема довольно часто приобретает дискуссионный характер. Поэтому, не настаивая на абсолютности своей трактовки данной темы, авторы открывают перед обучающимися возможность аргументировано отстаивать и свою, даже далеко не адекватную нашей точке зрения.

Слово «функция» фигурирует во многих отраслях знаний, но все оттенки и значения его в конечном счете связаны с его родовым смыслом — «отправле-

ние», «деятельность». Подчеркивая объективную обусловленность функций СКД, отметим, что они в своем содержании отражают определенные направления и стороны деятельности как отдельных людей, так и социальных институтов, общностей, движений.

Функции определяют природу, специфику и средства достижения цели в социально-культурной деятельности. Они отражают общественные потребности каждого конкретно-исторического этапа развития общества и носят объективный характер. Поэтому функции выполняют и роль своеобразного критерия при оценке социально-культурных процессов, эффективности работы культурно-досуговых объединений и центров, их социально-преобразующего воздействия на личность. Подчеркивая объективную обусловленность функций, отметим, что они имеют своим содержанием определенные направления и стороны жизнедеятельности людей.

Исходя из социальных аспектов культурно-досуговой деятельности, можно утверждать, что к ее социальным функциям относятся ее основные сферы и направления, обусловленные социальным назначением в наши дни. Многочисленные виды досуговой деятельности компенсируют и дополняют друг друга. Противопоставления тут недопустимы. Кроме того, в организации досуговой деятельности мы учитываем интенсификацию современного производства и ее последствия, необходимость дифференцированного подхода при организации отдыха и условия его успешного применения.

Функции социально-культурной деятельности предполагают максимальное развитие самостоятельности, инициативы, предприимчивости населения. Не случайно сегодня многие современные клубы и досуговые объединения представляют собой самодеятельные, самоуправляющиеся творческие организации, создаваемые на основе общности интересов. Интерес обуславливает эффективность процессов взаимообучения и взаимовоспитания, формирования общественного мнения, социально-культурной активности людей. Противоречия между развивающимися интересами и неспособностью многих социально-культурных институтов удовлетворить их из-за запретов и диктата администра-

тивно-командной системы привели к мощному стихийному развитию любительства, авторских школ, созданию неформальных, неконституционных движений, большинство которых посвящает свою деятельность общественно-политической, нравственно-эстетической, научно-технической проблематике. Взаимосвязь и взаимозависимость их социальных функций нельзя рассматривать вне целостного процесса формирования личности.

Функции проходят большой путь во времени – от возникновения и становления до полной зрелости. В зависимости от длительности тех или иных этапов развития социально-культурной деятельности её функции подразделяются на постоянные, основные, присущие большинству, социально-культурных институтов, и вспомогательные, временные, которые возникают и исчезают на определенных временных отрезках. Мы остановимся на основных, постоянных функциях социально-культурной деятельности. К ним относятся: развивающая, информационно-просветительная, культуротворческая, рекреативно-оздоровительная.

Качественную суть социально-культурной деятельности составляет развивающее и не развлекательное начало. Резкое падение экстенсивных статистических показателей участия населения в культурной жизни, своего региона свидетельствует о необходимости усиления этих начал, безусловно, стимулирующих социально-культурную активность людей.

Генеральной функцией справедливо называют развивающую функцию социально-культурной деятельности. Эта функция рассматривается в едином русле с деятельностью других социально-культурных институтов.

Благодаря своей главенствующей роли развивающая функция связывает в единый узел все остальные функции социально-культурной деятельности. Каждая из этих других функций, имея свою цель и Направленность, так или иначе связана с развитием и саморазвитием личности, ее социальным самоутверждением. Наиболее полно развивающее начало воплощено в информационно-просветительной функции СКД. Под термином «просвещение» в данном случае подразумевается педагогическая, образовательная и воспитательная деятель-

ность, направленная на духовное обогащение личности, приобретение определенной системы знаний, получение необходимой информации.

Эта функция отличается постоянством и всеобщностью. Поскольку процесс просвещения носит непрерывный характер, каждый человек продолжает повышать уровень своего образования в течение всей жизни.

Отметим характерные особенности этой функции, отличающие социально-культурную, досуговую деятельность от деятельности институтов народного образования (школ, вузов, техникумов):

1) информационно-просветительная функция не связана с определенным регламентом, установленным и обязательным в учебных заведениях, а основана на добровольности, инициативе, самостоятельности самих людей;

2) она обеспечивает более полное удовлетворение разнообразных индивидуальных досуговых интересов, запросов и предпочтений людей различных возрастов и профессий;

3) она опирается на более широкий, чем в учебных заведениях, арсенал средств, форм и методов приобретения знаний, навыков, умений;

4) она продолжает, дополняет и углубляет знания и информацию, полученные в учебных заведениях и из других источников.

С этой функцией тесно взаимодействует и культурно-творческая функция социокультурной деятельности. Культуротворческая деятельность людей решает целый ряд важных социальных проблем. Прежде всего, она в значительной мере компенсирует недостаток возможностей для более полной реализации разносторонних творческих способностей ребенка, подростка, взрослого человека. Такой дефицит весьма распространен среди работающих на предприятиях. Кратко остановимся на характеристике таких видов культурно-творческой деятельности масс в условиях свободного времени, как социальное, художественное, научно-техническое и самобытное прикладное творчество.

Под социальным творчеством понимается общественная, основанная на демократических, добровольных началах деятельность людей, связанная с осуществлением социальных проектов и инициатив в культурно-досуговой сфере.

Сюда мы отнесем участие в различных формах общественного самоуправления сферой культуры, досуга, спорта; работу в составе инициативных комиссий и групп по подготовке и проведению разнообразных досуговых программ; выполнение эпизодически общественных поручений. Отметим большое влияние социального творчества на развитие активности, инициативы не только взрослых, но детей.

Самостоятельное художественное творчество характеризуется сегодня сложными и противоречивыми процессами. Следует подчеркнуть, что последние годы отмечены существенными диспропорциями в развитии различных видов и жанров художественной самодеятельности. Кризисные тенденции, проявляющиеся в значительном сокращении числа коллективов и занятых в них участников, коснулись традиционных и ранее популярных жанров — любительских театров, академических хоров, оркестров народных инструментов, духовых оркестров агитбригад и т.д. В то же время резко возрос престиж целого ряда современных, в первую очередь молодежных, течений в сфере музыкального, хореографического, нетрадиционных видов любительского, авторского, прикладного творчества.

Особую сферу творческой деятельности представляет научное, техническое творчество, существует сеть учреждений и организаций, активно стимулирующих развитие научно-технического творчества школьников, учащихся техникумов и профтехучилищ, студентов, других социальных групп населения, станции юных техников и юных натуралистов, постоянно действующие выставки научно-технического творчества, общества изобретателей и рационализаторов, научно-технические общества, центры культуры и техники, сеть периодических изданий, система конкурсов по профессиям и т.д. Среди конкретных проблем, связанных с дальнейшим развитием научно-технического творчества людей в условиях досуга, следует назвать обеспечение материально-технических условий, подбор руководителей, поиск наиболее оптимальных форм организации занятий.

Прикладным творчеством являются фольклор, различные виды народных промыслов и ремесел. Основной акцент в фольклорно-этнографической деятельности» делается на создание и развитие в регионе сети центров и пунктов (мастерских, артелей, кооперативов), работающих на материале местах культурных традиций и ремесел и опирающихся на местные ресурсы и общественную инициативу. Фольклорно-этнографическая деятельность является результатом такой региональной социально-культурной политики, которая вместо демонстрации и трансляции готовых образцов культуры и искусства направлена на активное культуротворчество самого населения. Это культуротворчество характеризуется ростом социально-культурной активности детей, подростков и взрослых, опорой на местные обычаи, традиции, этнические нормы и оценки, укреплением социальных связей и формированием культурного облика, самобытного «культурного лица» своего края, города, селения. Фольклорное движение, объективно связанное с повышением престижа местных культурных традиций (особенно среди подростков и молодежи), охватывает многочисленные слои населения.

Одним из приоритетных направлений культуротворческой деятельности является и работа по сохранению, поддержанию и развитию художественных и бытовых ремесел. Под художественным ремеслом обычно подразумевают изготовление материальных вещей (предметов), которые обладают особыми, часто неповторимыми эстетическими качествами и содержанием. Наряду с народными обычаями и обрядами, фольклором, традиционными национальными и местными праздниками ремесла относятся к памятникам культуры, представляют собой важную часть культурного населения.

Специфической функцией социально-культурной деятельности является рекреативно-оздоровительная функция. По существу, она состоит в разработке и осуществлении множества развлекательных, игровых, оздоровительных досуговых программ для различных групп населения с целью восстановления сил, затраченных в процессе труда, устранения производственного напряжения и одновременно развивающего воздействия.

Именно поэтому при разработке программ организаторы учитывают и характер труда, его объем и уровень интенсивности, потребности людей в тех или иных видах досуговой деятельности.

Рекреативно-оздоровительная функция по содержанию и характеру ориентирована на досуг активный и пассивный, организованный (запрограммированный) и неорганизованный, коллективный (в том числе семейный) и индивидуальный. В любом случае организаторы стремятся к созданию рациональных, активных видов рекреации, основанных на добровольном, но управляемом общении. Общим признаком для всех видов рекреации является создание среды для регулярного, неформального общения людей, игровой деятельности, танцев, проведения зрелищных мероприятий, занятий любительских объединений и клубов по интересам, реализации программ выходного дня, включающих в себя экскурсии, соревнования и т.д.

Осуществление рекреативно-оздоровительной функции требует установления тесных контактов и взаимодействия организаторов с широким кругом партнеров в лице творческих, экскурсионно-туристских, бытовых учреждений, умения учитывать самые неожиданные житейские ситуации.

Социальные функции сложились на основе многолетнего опыта, накопленного культурно-досуговой сферой. Именно они в своей совокупности образуют само понятие социально-культурной деятельности.

Соседствуя друг с другом, они в основном остаются постоянными величинами в процессе проектирования и реализации досуговых занятий. Взаимодействуя, эти функции образуют систему культурно-просветительных учреждений. На практике знание социально-культурной деятельности необходимо для того, чтобы совершенствовать, улучшать организацию досуговой сферы, исключить из нее элементы случайности, сократить ненужные затраты времени, рациональнее использовать кадровые ресурсы. Знание этих функций создает благоприятную возможность для обогащения сотрудничества государственных, общественных, частных предпринимательских структур сферы досуга. Объективной основой укрепления их взаимодействия служит выявление у раз-



личных типов социально-культурных институтов совпадающих или частично сходных функций.

### **Тема 5. СКД как общественная проблема**

К субъектам социально-культурной деятельности относятся многочисленные социально-культурные институты, учреждения и организации, с помощью которых осуществляются накопление и трансляция (передача) культурного опыта, освоение культурных форм общественной жизни, приобретение громадного объема культурологических знаний. «Социально-культурные институты» – одно из ключевых понятий курса. В самом широком смысле оно относится к любому из государственных, общественных образований (центров, комплексов, одно- или многопрофильных организаций, учреждений и т.д.), обладающих социальной значимостью, целенаправленностью, организованной структурой, достаточной временной устойчивостью.

Попытаемся конкретизировать понятие «социально-культурный институт» применительно к целям и содержанию предмета социально-культурной деятельности. Философия под социальным институтом понимает элемент социальной структуры, исторические формы организации, и регулирования общественной жизни. Прежде всего, необходимо подчеркнуть широкий диапазон термина «социально-культурный институт». Им обозначаются семья, государственные и муниципальные структуры, производственные объединения и предприятия, негосударственные общественные и коммерческие организации, система народного образования, средства массовой информации и многочисленные специальные учреждения социально-культурного профиля: театры, музеи, концертные и выставочные залы, цирки и другие концертно-зрелищные учреждения, клубы и библиотеки, спортивно-оздоровительные, курортно-санаторные учреждения и т.д.

Каждый из этих институтов придает совместной социально-культурной деятельности людей качественную определенность, значимость как для отдельной личности, так и для групп людей, для общества в целом.

Суть социально-культурного института состоит в том, что он организованно объединяет людей для совместной деятельности по удовлетворению социально-культурных потребностей человека или решению конкретных социально-культурных задач. Подобное целостное образование, возникающее и функционирующее, как правило, в сфере досуга, называется социально-культурным институтом.

Однако среди социально-культурных институтов существует внутренняя градация. Одни из них официально учреждены и организационно оформлены (например, система общего образования, система специального, профессионального образования, сеть клубных, библиотечных и других культурно-досуговых учреждений), имеют общественную значимость и выполняют свои функции в масштабах всего общества, в широком социально-культурном контексте. Другие не учреждаются специально, а складываются постепенно в процессе длительной совместной социально-культурной деятельности, часто составляющей целую историческую эпоху. К ним, например, относятся возникающие на групповом, локальном уровне многочисленные неформальные объединения и досуговые общности, традиционные праздники, обряды, ритуалы и другие своеобразные социально-культурные стереотипные формы. Они добровольно избираются теми или иными социально-культурными группами: детьми, подростками, молодежью, жителями микрорайона, студентами, военными и т.д. Многочисленные социальные институты, действующие в обществе, тесно связаны не только с экономической, социально-политической, но и с духовной сферой жизни людей. Чрезвычайно важная сторона их деятельности – непрерывно возрастающая социально-культурная функция, осуществляемая ими как в общегосударственном, так и в местном, локальном масштабе – в производственной, учебно-воспитательной, бытовой, досуговых сферах. При этом одни социальные институты и объединения по характеру своей деятельности целиком или в большей степени связаны с культурно-досуговой сферой, другие – косвенно или в меньшей степени. Каждый общественный институт, имея свое назначение, действует в социально-культурной сфере в рамках только ему при-

сущих функций, отличающих его от других институтов. Однако эта обособленность относительна: каждый из них, непосредственно и прямо или опосредованно входя в социально-культурную сферу, обладает широкими возможностями для творческих связей и сотрудничества с государственными, общественными, частными, кооперативными структурами. Семья была и остается традиционно ведущим социально-культурным институтом. Центр тяжести социально-культурной деятельности переносится на семейно-бытовую среду, создание благоприятной морально-психологической обстановки в ближайшем окружении каждого ребенка, подростка, взрослого. Это приводит к улучшению общей досуговой ситуации, снижению правонарушений, насыщению содержания досуга новыми, нетрадиционными формами, сближению семей, установлению более тесных дружеских отношений в социуме. Семейному досугу свойственно отсутствие жестких стандартов, норм, регламентации, свобода выбора видов и способов досуговой деятельности. Социально-культурная деятельность позволяет раскрыть и освоить огромный духовный, воспитательный потенциал, заложенный в самой природе семейной общности. Семья занимает важнейшее место в социальных связях человека. История развития общества – это история развития семьи и как социального института, который эволюционирует и претерпевает существенные изменения вместе с обществом. Сегодня семья – ведущий социально-культурный институт, призванный быть действенным инструментом гуманизации, консолидации общества, социализации личности, преодоления межнациональных конфликтов, достижения гражданского согласия. В процессе социально-культурной деятельности нельзя не учитывать многообразие типов современной семьи: полные и неполные; многодетные, одно-, двухдетные, бездетные; молодые и «патриархальные» (включающие несколько поколений); неблагополучные («трудные»), нездоровые, маргинальные семьи; асоциальные семьи; межнациональные и моноэтнические. Для каждого типа семьи существуют определенные критерии выявления и отбора.

Перед обществом стоит актуальная задача: полноценно включить семью в воспитательно-образовательную систему. Однако пока семья изучена слабо, нет

научного подхода к решению проблем, происходящих в современной семье. В результате оказались ослабленными семейно-бытовые отношения, семья лишилась исторически сложившегося фундамента в духовном, нравственном воспитании детей. Дети оторваны от семейных забот, от трудовых и нравственных традиций семьи, что приводит к потере духовной близости между детьми и родителями, усугубляет последствия тяжелых социально-бытовых условий. Почти утрачены идеи народной педагогики, заботы о воспитании, рожденные народной мудростью. Идеи добра, гуманизма, почтительного отношения к старшему поколению, бережного отношения к памяти предков заменились педагогикой мероприятий для детей, но без семьи, без жителей социума. Развлекательно-образовательная система воспитания способствовала развитию у ребенка равнодушия, пассивности в социально-политической жизни общества. Семья оказалась отстраненной от участия в воспитательном процессе, организованном социально-культурными институтами. Микросреда, община, которая веками была главной социальной воспитывающей силой, не влияет на развитие детей. В связи с этим теряются такие общечеловеческие ценности, как гордость, честь, достоинство, добро, сострадание, целомудрие, патриотизм, взаимопомощь между соседями и др. Встает проблема возвращения семье изначального предназначения – быть духовным наставником и воспитателем детей.

В современной обстановке, когда экономические, социальные, межнациональные катаклизмы, лихорадящие общество, не оставляют в стороне практически ни одну семью, социально-культурная, досуговая деятельность в состоянии выполнить *важнейшую общественную миссию*: оставаясь незаменимым средством досуговых, культурно-творческих контактов, межсемейных, межнациональных отношений, она может эффективно реализовать себя как фактор гражданского мира в масштабах и государства в целом, и самого малого социума. В культурно-досуговой сфере, объединяющей семьи и граждан разных социальных групп, профессий, национальностей, совершенно естественно, закономерно и эффективно работает механизм согласия, а не конфронтации. Этот механизм находит благодатную почву в многочисленных досуговых, в

том числе неформальных, семейных общностях, в актах милосердия и благотворительных акциях, в сотрудничестве разных возрастов и поколений, в обширной социально-профилактической и реабилитационной работе.

Механизм согласия достаточно эффективен для того, чтобы снять возможные очаги напряженности как, в отдельных семьях, так и в крупных многонаселенных общностях. Резервы многочисленных социально-культурных институтов в их воздействии на семью и сферу семейного досуга используется далеко не в полной мере. Отсюда противоречия между подлинными возможностями этих институтов и степенью их реализации в семейной среде, между досуговыми интересами, предпочтениями семьи и реальными экономическими, материальными условиями их удовлетворения.

Для решения этих противоречий необходимо, во-первых, максимально использовать все резервы социально-культурных институтов, приближенных к семье; во-вторых, добиться координации их деятельности в комплексном воздействии на семью. Необходима четкая согласованность всех учреждений и организаций социума, не «развертывающих» семью на свои мероприятия, а планомерно, общими усилиями объединяющих семьи для проведения совместной деятельности. Каждая семья, бесспорно, отдает предпочтение досуговому совместным с детьми занятиям. В то же время матери занимаются с детьми в несколько раз больше, чем отцы. В досуговой деятельности преобладает ориентация главным образом на детские, а не на общесемейные формы и виды.

Общесемейный досуг, таким образом, еще не стал устойчивой привычкой. Между тем современная семья испытывает острую потребность в многообразии, альтернативности мышления и поведения. Она отличается все более усложненной структурой досуговой деятельности и социально-психологических отношений, тяготений к нестандартным досуговым занятиям. Однако далеко не каждый культурно-досуговый центр оправдывает эти ожидания.

В условиях перехода общества к рыночным отношениям и новым формам собственности семья, женщина в семье, сфера материнства и детства особенно остро нуждаются в продуманной программе материальной, экономической и

социальной поддержки, социально-психологической реабилитации. Драматизм современной экономической, социокультурной ситуации во многом и обусловлен именно недооценкой, невниманием к нуждам семьи, матери, ребенка.

Уже в организации общественного дошкольного воспитания детей открываются большие возможности для индивидуальной и коллективной инициативы. Об этом свидетельствует опыт создания альтернативных, инвариантных типов дошкольных общностей (семейных, кооперативных, частных и др.) с учетом региональных особенностей микрорайона, молодежного жилого комплекса и т.д. и уровня профилизации дошкольного воспитания. В условиях рыночных отношений и развития новых форм собственности семьям-пользователям предоставляется право широкого выбора предпочтительной формы раннего развития их детей – эстетического, физического, а также свободы участия в самых различных формах предпринимательства в досуговой сфере.

Социально-культурная деятельность дает необходимый эффект только в том случае, если она направлена на семью как общность. Такая постановка работы, когда клубы юных техников, станции юных туристов и другие внешкольные учреждения ориентируются только на детей, центры культуры и досуга проводят мероприятия для взрослых, театры ставят спектакли детские или только взрослых и т.п., вряд ли является социально и педагогически оправданной в современных условиях. Усилия всех служб необходимо направить на семью как коллектив, на организацию совместной социально ориентированной досуговой деятельности родителей и детей. Формы работы социально-культурных институтов с семьей разнообразны. Ставшие традиционными семейные праздники, семейные клубы, индивидуальные формы обогащаются новым содержанием, опираются на интересы семьи. Большое распространение получила организация традиционных форм семейного досуга в русском народном стиле: молодецкие игры, ярмарки, посиделки, кружки прикладного творчества для детей и взрослых «Умелые руки», изобразительного искусства, фольклорные ансамбли и оркестры народных инструментов. Решению проблемы де-

фицита общения родителей и детей способствуют клубы семейного общения, подростковые клубы, театры, библиотеки и другие центры.

Развитию внутрисемейных контактов способствует создание ролевых объединений типа «Старший брат», «Старшая сестра», «Мать и дитя». Хорошо зарекомендовали себя конференции отцов, мужские клубы, встречи, консультации, корректные беседы медиков, психологов, педагогов, совместный труд в мастерских, походы, экскурсии и т.д. Особая ценность семейных досуговых форм состоит в том, что в них активно включены и интенсивно задействованы различные механизмы общения: семья–дети, семья–семья, дети–дети, дети–подростки–взрослые. Одновременность этих контактов придает семейному досугу эмоциональную привлекательность, душевность, теплоту. Внутрисемейные досуговые отношения уже сами по себе несут реабилитирующую функцию, активно воздействуют на создание благоприятного психологического климата в семье. Ориентация на организацию совместной общественно-полезной и досуговой деятельности взрослых и детей положительно скажется на укреплении и сплочении семьи. Уже в настоящее время есть все предпосылки для выведения семейных клубов на орбиту классического семейного воспитания, превращения их в основную ячейку педагогического, социально-культурного всеобуча населения. В этих целях правомерна постановка перед муниципальными органами вопроса о дополнительном материально-финансовом стимулировании действующих семейных клубов. Заслуживает внимания практика организации совместно с органами культуры и народного образования региональных, общесоюзных, телевизионных конкурсов и встреч семейных клубов разного профиля на базе выставочных комплексов, парков, зон отдыха, культурно-досуговых центров. Некоторые вузы и училища культуры создают на основе самокупаемости центры (пункты) по оказанию консультативной помощи семье по проблемам культуры и досуга, здоровому образу жизни.

Ориентируясь в целом на семью как носителя досуговых традиций социума, необходимо учитывать все возрастные категории жителей — от дошко-

льников до пенсионеров. Особое внимание в структуре семейного досуга требуют, в силу их физиологических и психологических особенностей, подростки. Как в школе, профучилище, так и в сфере свободного времени они стремятся самоутвердиться, проявить свои склонности и интересы. Именно поэтому необходимо создание любительских объединений и подростковых клубов по интересам в социуме.

С целью занятости подростков и молодежи в вечернее время целесообразно создание при клубе по месту жительства молодежного досугового центра с кафе, дискотечным клубом и широким спектром видов занятий для подростков и молодежи. Хотя бы частичное решение проблемы занятости этих категорий жителей микрорайона в вечернее время в значительной степени должно способствовать снижению числа нарушений ими общественного порядка.

Особую актуальность организации семейного досуга микрорайона приобретает родительская общественность. В этом отношении не оправдывает себя практика создания, родительских комитетов в каждом из учебно-воспитательных учреждений, находящихся на территории микрорайона. Эти органы родительской общественности начинают работать «на себя», замыкают свою деятельность, как правило, стенами данного учреждения. Более эффективным и целесообразным представляется опыт создания единого родительского общественного органа микрорайона, объединяющего усилия родительских активистов школ, дошкольных и внешкольных учреждений, других социальных институтов. Деятельность такого общественного формирования способствует повышению активности взрослых жителей социума, ответственности родителей за организацию досуга как собственных детей, так и всего детского населения микрорайона. Подобная «общная» система организации досуга в социуме хорошо зарекомендовала себя в практическом опыте деятельности семей США, Канады и других западных стран. Эффективность использования социального потенциала семьи во многом зависит от уровня педагогической культуры родителей. Повышению его способствуют усилия школы, социальных служб, клуба, библиотеки и других центров. Педагогически оправданной остается идея объе-



динения усилий всех социально-культурных институтов в педагогическом просвещении родителей, организация психолого-педагогических семинаров в жилой среде. К их работе могут быть привлечены учителя школ, социальные педагоги, воспитатели дошкольных учреждений, психологи, медики, юристы, работники внешкольных учреждений, преподаватели и студенты вузов. Целенаправленная, планомерная работа семинара с четко разработанной программой и учетом возрастных особенностей детей и подростков позволит охватить значительное количество родителей, будет способствовать повышению их педагогической культуры. В психолого-педагогической подготовке нуждаются, наряду с родителями, и организаторы семейного досуга: социальные работники, социальные педагоги, культурологи, социологи.

Кроме того, производственники, студенты, пенсионеры, работающие с детьми и подростками, также испытывают затруднения в своей педагогической деятельности. Они могут получить ответы на интересующие их вопросы в консультационном пункте. Такой пункт создается при школе, досуговом центре, подростковом клубе или библиотеке. Работа консультационного пункта строится по двум основным направлениям: подбор специальной литературы, методических материалов, пособий для систематического использования; консультации специалистов (воспитатели—общественники или родители могут проконсультироваться у специалистов по вопросам семейного досуга, педагогического общения). В связи с широким распространением неформальных досуговых объединений и движений особое внимание в оказании психолого-педагогической помощи социальным работникам следует обратить на методику досуговых занятий с подростковыми и молодежными группами.

## **Тема 6. Организация как общественное явление, особенности в сфере СКД**

Государственные, региональные и муниципальные органы власти — ведущие социально-культурные институты. Они выступают как полномочные субъекты разработки и проведения в жизнь общегосударственной и региональной социально-культурной политики, эффективных программ социально-

культурного развития отдельных республик, краев и областей. Социально-культурная досуговая сфера – одно из важнейших направлений деятельности государства. Она имеет целью создание необходимых социально-экономических, правовых и организационных условий и гарантий для развития сети и ресурсов различных социально-культурных институтов, реализации на их базе творческого духовного потенциала детей, подростков, взрослых в интересах обновления общества. Это и осуществляемая в рамках возможностей и полномочий государства координация деятельности различных формирований и структур в сфере культуры и досуга: общественных организаций, фондов, движений и других сил, заинтересованных как в скорейшем выходе из нынешнего затяжного кризиса культуры, так и в достижении новых прогрессивных форм досуга со значительно обновленным содержанием. Политика в социально-культурной среде как важнейшая часть всей культурной политики направлена на законодательную защиту духовной жизни от политического манипулирования, экономических потрясений, национальной замкнутости.

Государственная политика в сфере культуры и досуга направлена в будущее, в этом ее практическая значимость для общества в целом и для каждого члена в отдельности. Культурная политика государства и пути ее реализации находят отражение в федеральных государственных программах сохранения и развития культуры. Государство берет на себя обязательства перед гражданами обеспечивать условия для общедоступности культурной деятельности, культурных ценностей и благ. В этих целях федеральные и местные органы самоуправления обладают правом использовать налоговую и ценовую политику для более широкого вовлечения детей и взрослых в творчество и самообразование, занятия любительским искусством и ремеслами. Перед федеральными и местными структурами открыта возможность с помощью налоговых льгот, кредитов, приоритетной передачи зданий и другими способами стимулировать деятельность государственных и других (общественных, частных) предприятий и организаций культуры и искусства, развивать их материально-техническую ба-

зу. При необходимости местные органы могут принять долевое участие в финансировании негосударственных социально-культурных объектов.

Огромный социальный смысл в государственной политике приобретает гуманитаризация всей образовательной системы, включая всеобщее эстетическое и массовое начальное художественное образование. Приоритетом государственной поддержки пользуются школы искусств, студии, курсы, другие специальные учреждения, бесплатные библиотечные услуги и любительское искусство сохранены для всех слоев населения. Именно государство вместе с меценатами, спонсорами, благотворительными фондами и организациями способно взять покровительство над юными талантами, творческой молодежью, дебютами, начинающими коллективами, не посягая на их творческую независимость. Государственный патронаж в области культуры распространяется на наименее экономически и социально защищенные слои и группы населения.

Эффективность государственной политики непосредственно зависит от мер» принимаемых государственными структурами в отношении сферы культуры и досуга, действующих внутри нее социально-политических и экономических, хозяйственных механизмов. Эта сторона социально-культурной политики длительное время у нас недооценивалась и по-настоящему не рассматривалась. В течение многих десятилетий соотношение культурных и социальных начал постоянно оказывалось деформированным. В соответствии с жестким и однонаправленным социальным заказом функция культуры практически сводилась лишь к обслуживанию социальной политики, к участию в решении идейно-воспитательных задач. Вместо возвышения это приводило к падению социальной эффективности культурной сферы, вместо наращивания культурного потенциала – к его кризису.

Во множестве решений и постановлений, принимавшихся в доперестроечный период (до 1985 года) по вопросам культуры и досуга, не было глубокого понимания их комплексности, да и самого представления о том, что такие проблемы – проблемы социальные, не было. На практике это вылилось в массу документов по работе клубов, библиотек, парков, музеев, не связанных единой

социально и экономически обоснованной концепцией. По существу, можно утверждать, что единой, целенаправленной, научно выверенной государственной политики в социально-культурной сфере у нас не существовало. Такая политика в ее подлинном виде, наполненная пониманием своего истинного смысла и социальных последствий, содержащая в себе общие положения, вытекающие из международных деклараций, конвенций, соглашений, складывается впервые.

Государственная культурная политика определяется с учетом целей культурно-досуговой деятельности различных слоев населения. Культурно-досуговая деятельность – основа реализации социальных функций клубов, Домов культуры, парков, библиотек и других воспитательных институтов. Поэтому постоянная работа по качественному улучшению содержания и форм этой деятельности призвана обеспечить ее соответствие динамично развивающимся духовным потребностям людей, повышение полноты и оперативности удовлетворения досуговых запросов детей, молодежи, взрослых. Все это так или иначе скажется на повышении социального престижа культурно-досуговых учреждений. Для достижения этих целей необходимо отказаться от попыток жесткого нормирования удельного веса отдельных «разделов» развития, от усредненности, шаблонности и однообразия культурно-досуговых форм. В основу отбора содержания и форм культурно-досуговой деятельности необходимо положить структуру и характер запросов трудящихся и всего населения. Целесообразно разработать и обеспечить функционирование оперативной системы постоянного включения в практику культурно-досуговой деятельности новых, нетрадиционных и нестандартных форм просвещения, творчества, развлечения людей. Отсутствие сегодня этих форм во многих культурно-досуговых центрах отрицательно сказывается на их престиже у населения. В условиях рынка исключительно острой является проблема материально-технического снабжения досуговых центров. Государство призвано обеспечить правовые гарантии закрепленного за ними в законе права на первоочередное приобретение необходимого реквизита, дефицитного оборудования, инструментов. Государство обладает исключительными правами в деле охраны национального культурного достоя-

ния и целостности национально значимых музейных коллекций, библиотечных и архивных фондов. Только государство вправе регулировать вывоз, ввоз и распределение культурных ценностей.

Оно полномочно устанавливать правовой статус национальных культурных центров для расположенных на территории Российской Федерации уникальных учреждений культуры.

Государство в своей политике призвано гарантировать общедоступность культурных ценностей и социально-культурной деятельности для всех граждан. В этих целях оно обязано преодолеть или существенно ограничить монополизацию всех сфер социально-культурной деятельности, в первую очередь осуществить демонополизацию каналов тиражирования и распространения духовных ценностей, системы художественного образования, деятельности творческих союзов и т.д.

Государство должно быть заинтересовано в создании и развитии многочисленных альтернативных структур культурной жизни — государственных и частных издательств, театров, центров досуга, учебных заведений, научных учреждений и т.д.

Демонополизация коснулась в значительной мере и сферы международных культурных связей. Уже сегодня не только традиционные государственные органы, но и большое число коммерческих предприятий, фирм, кооперативов, частных лиц являются постоянными субъектами международного культурного сотрудничества.

В сфере организации социально-культурной, в частности досуговой, деятельности в последние годы появилось множество однородных, параллельных структурных элементов — институтов, действующих автономно и самостоятельно. Особенно это относится к многочисленным общественно-добровольным формированиям типа социально-культурных фондов, движений, инициатив. При этом многочисленность организационных субъектов не всегда приводит к адекватному качественному обогащению и многообразию досуга и

видов досуговой деятельности, не способствует ощутимым переменам в структуре и технологиях социально-культурной сферы.

Увеличение количества общественно-добровольных формирований далеко не во всех случаях сопровождается расширением ассортимента предложений услуг рекреационного характера. Однако сам по себе факт появления большого числа общественно-добровольных формирований и инициатив дает основание рассматривать их как реальную социальную силу, обладающую качественными чертами самодвижения, саморазвития, самоорганизации.

Общественно-добровольные движения, инициативы и начинания, непрерывно возникающие в рамках свободного времени людей, — сегодня один из самых привычных, постоянных элементов культурной среды каждого города и села. Они являются и результатом, и необходимым условием непосредственного общения разных поколений, детей, подростков, взрослых. Их возникновение обусловлено живой потребностью человека участвовать в общественно-полезных делах. По сути дела, мы имеем перед собой коллективные усилия многих десятков, сотен тысяч людей, чья социально-культурная активность, с одной стороны, не ограничивается узкими семейными рамками, чисто домашним кругом, а с другой — по тем или иным причинам носит стихийный, спонтанный характер и не всегда «вписывается» в деятельность существующих социально-культурных институтов. Нет такой социальной группы, отдельного человека в нашей стране, чей образ жизни не был бы связан с общественными формированиями — массовыми движениями, организациями, фондами и т.д. В своей совокупности они захватывают почти все взрослое население страны. Практически каждый человек является членом какого-либо одного, а чаще — нескольких фондов, движений, объединений. Государство гарантирует общественным формированиям все условия для успешного выполнения ими своих уставных задач.

Общественные формирования дают человеку возможность применить свои силы и способности в различных видах социально-культурной деятельности, начиная с выполнения простейших поручений и обязанностей.

Массовые общественные формирования (фонды, движения и объединения) тесно связаны с политической, экономической, духовной жизнью людей. Чрезвычайно важная сторона их деятельности – это их непрерывно возрастающие социально-культурные функции. Эти функции осуществляются как на общегосударственном уровне, так и в муниципальном, местном, локальном масштабе – в производственной, учебно-воспитательной, бытовой, досуговой сферах. При этом одни общественные формирования по характеру своей деятельности связаны с ней целиком или в большей степени, другие — в меньшей степени или косвенно. Каждое общественное формирование, фонд, движение имеет свое социокультурное назначения, действует в своей сфере, в рамках только ему присущих функций, которые и отличают его от других организаций. Но эта обособленность относительна. То непосредственно и прямо, то опосредованно каждое из них имеет «выход» в социально-культурную, досуговую среду, обладает широкими возможностями для творческих связей и сотрудничества с государственными, общественными, коммерческими структурами.

Организационные формы их взаимодействия в сфере досуга, просвещения, спорта, туризма, искусства разнообразны. Это выработка и реализация на том или ином региональном уровне совместных социально- культурных инициатив в рациональном использовании свободного времени населения; проведение совместных мероприятий; широкое представительство общественных формирований в государственных, муниципальных структурах, органах управления социально-культурной сферой; помощь общественным формированиям со стороны государственных органов и учреждений в реализации их социально-культурных функций.

Как показывают исследования, уровни взаимосвязей государственных и общественных структур в социально-культурной сфере далеко не одинаковы. Можно выделить несколько наиболее характерных показателей: связи прочны и постоянны; связи содержательны и предметны; контакты носят эпизодический характер; партнеры почти не сотрудничают; партнеры работают обособленно.

Причинами эпизодичности контактов между социально-культурными институтами и общественными формированиями региона являются, как правило, отсутствие достаточно полного представления о целях, содержании и формах сотрудничества, малый опыт самой работы, отсутствие плана», недостаточность внимания со стороны муниципальных органов. В процессе развития и укрепления сотрудничества учреждений культуры, общественных организаций и добровольных обществ в сфере культурно-просветительной работы выделяются две существенные тенденции. С одной стороны, у общественных формирований выделяются сугубо свои обязанности в выполнении социально-культурных функций, что обусловлено профилем и характером этих формирований. С другой стороны, усиливается единство их совместных, согласованных и скоординированных действий на базе общих, совпадающих функций. Каждое общественное формирование, опираясь на свое основное социальное назначение, связанное с той или иной сферой общественной жизни, выступает с теми или иными досуговыми инициативами совместно с социально-культурными институтами, близкими им по направлению или возрастным, социальным, профессиональным категориям населения.

Для большинства общественных формирований характерно активное сотрудничество в социально-культурной сфере. Пожелания и предложения, своего рода «социально-культурный заказ» различных инициатив, движений, фондов, ассоциаций диктуются местными условиями, программными требованиями каждой организации, их конкретным отношением к путям выхода общества из серьезного политического, экономического и духовного кризиса. Эти формирования, без которых нельзя представить себе полноценную организацию социально-культурной деятельности в регионе, можно классифицировать главным образом по функциональному «признаку».

*Первую группу* составляют государственные и общественные службы социальной защиты и социальной помощи семье, материнству, детству: соответствующие структуры (отделы, управления) муниципальных органов; координационные общественные советы содействия семье, материнству, детству; госу-



дарственно-общественные центры (комплексы) социальной помощи детям, подросткам, семьям, инвалидам, престарелым; благотворительные фонды и движения, фонды социализации, попечительские организации; городские консультации и службы по вопросам семьи и брака; региональные союзы родителей, подростков, детей-инвалидов и т.д.

*Вторая группа* объединяет многочисленную сеть центров и служб социально-медицинской реабилитации, включающую: центры социального выживания, социально-медицинские центры, комплексы, консультации; социальные и семейные гостиные; наркологические службы и центры; социально-педагогические центры адаптации, реадaptации и реабилитации воспитанников и выпускников детских домов и школ-интернатов.

*В третьей группе* представлены центры и службы психологической помощи детям, подросткам, семьям, одиноким, престарелым, инвалидам; центры психологического здоровья; психодиагностические кабинеты; телефоны и службы доверия; центры психокоординации и др.

*Четвертая группа* – государственно-общественная система содержания и воспитания детей-сирот. Она включает в себя различные учреждения интернатного типа (интернатуры): детские дома, школы-интернаты и специальные интернаты, социальные (в том числе детские) приюты, дома ребенка, приюты-убежища для бездомных детей, семейные детдома, спецприемники-распределители с реабилитационными функциями, центры усыновления для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, центры здоровья для детей-сирот и т.д.

*В пятую группу* входят неформальные группы и объединения, в которых ассоциируются различные социальные и возрастные категории населения: объединения социальной инициативы (политические, экологические, национально-культурные, культурозащитные и т.п.); объединения, отличающиеся демонстративным характером и эпатажным поведением (металлисты, фанаты, хиппи, панки, рокеры, люберы, качки, мажоры и др.); объединения любительские и

клубы по интересам (спорт, оздоровление, восточные единоборства, народная медицина, йога, авторская песня, филателия и т.д.).

*К шестой группе* относятся общества и ассоциации, объединяющие профессиональных работников, занятых в сфере социальной защиты и социальной помощи: Всероссийская ассоциация работников социальных служб; ассоциация социальных педагогов; Российская ассоциация школ социальных работников; Всероссийское общество Красного Креста; ассоциация «Семья и здоровье» и др.

*Седьмую группу* образуют общества и объединения лиц, нуждающихся в социальной помощи и социальной защите: Всероссийское общество инвалидов; Всероссийское общество слепых, Всероссийское общество трезвости и здоровья; Союз женщин-инвалидов и т.д.

Наконец, *в восьмой группе* представлены разнообразные учебно-развивающие и социально-просветительные центры и институты: государственные и коммерческие учебные центры социального развития и творчества; социально-педагогические и психосоординационные колледжи и лицеи; очно-заочные и экстернатные формы подготовки и переподготовки кадров социальных работников и педагогов-организаторов досуговой деятельности.

Кроме общественных формирований с ярко выраженной социально-защитной направленностью, постоянно функционирует большое число общественных организаций, фондов и движений, гарантирующих широкое поле для социального, научно-технического, художественного и прикладного творчества, приложения творческих сил и знаний различных групп населения. По существу, эти формирования являются поприщем активной социальной деятельности каждого человека, его участия в сфере научных исследований, изобретательства и рационализаторства, литературы и искусства, Главной их особенностью является социально развивающее начало. Их социальная значимость состоит в том, что здесь человек развивает свои склонности и способности, удовлетворяет свои интересы, как правило, в тех сферах, которые не связаны непосредственно с его профессиональной деятельностью. Участие в общественных

формированиях дает возможность каждому человеку разумно использовать скромный бюджет своего свободного времени.

Классификация добровольных обществ, фондов, движений и творческих союзов основана на специфических особенностях профиля и содержания работы, состава участников, форм и методов деятельности. Многие из общественных формирований имеют сеть собственных культурных центров и филиалов, клубов, библиотек, выпускают свои периодические издания, активно сотрудничают с государственными и общественными структурами. Среди них прежде всего выделяются научные, научно-технические и научно-просветительные общества и объединения: философское, математическое, физическое, педагогическое, психологическое, научно-медицинские, научно-технические и другие отраслевые общества, общество рационализаторов и изобретателей, общества охраны природы, охраны памятников истории и культуры.

Научные общества являются добровольными объединениями ученых, специалистов и других лиц, ведущих большую исследовательскую и популяризаторскую работу. Главная их цель – обмен информацией, издание трудов, в том числе отраслевых журналов и ежегодных сборников, координация исследований. Они активно пропагандируют науку, используя в этих целях культурно-досуговую сферу; участвуют в организации различных научных выставок и экспедиций; представляют отечественную науку в международных научных организациях, на международных научных конгрессах и симпозиумах. Многочисленна сеть и других общественных формирований социально-культурного профиля. Это общества книголюбов, филателистов, кино- и фотолюбителей, охотников и рыболовов, автолюбителей, туристов, творческие союзы и организации, объединяющие различные слои художественной интеллигенции: писателей, художников, архитекторов, кинематографистов, журналистов, театральных и музыкальных деятелей.

Говоря о творческих союзах и организациях, необходимо иметь четкое представление о самом понятии «творческая интеллигенция». К творческой интеллигенции относятся профессиональные деятели литературы и искусства, ар-

тисты театров, цирков, филармоний и концертных организаций, студенты вузов и училищ искусства и культуры, большая группа непрофессионалов, делающих свои первые шаги в литературе и искусстве, самодеятельных поэтов, писателей, художников, композиторов. Творческие общества и союзы широко используют клубы, Дома культуры, парки, библиотеки, музеи для пропаганды творчества деятелей литературы и искусства, проведения творческих встреч и отчетов, выставок и других мероприятий, С этой целью созданы и работают специальные рекламные, коммерческие подразделения по организации гастрольных выступлений деятелей литературы и искусства и творческих коллективов, художественных выставок и т.д. Творческие союзы и организации издают большое количество журналов, проспектов, бюллетеней, афиш, плакатов и других рекламных материалов.

## ***Раздел 2. Технологии социально-культурной деятельности (СКД)***

### **Тема 7. Технологии организации и деятельности учреждений культуры**

Методики (технологии), применяемые в учебном процессе, являются механизмами реализации теории в практику социально-культурной деятельности. К настоящему времени технологии, наработанные в сфере культуры и досуга, приобрели общесоциальное значение, превратились в социальные технологии. Представляется правомерным определение социальных технологий как средства обмена человеческими способностями и потребностями, между духовным и материальным производством.

Примером исторически первых социальных технологий могут служить национальные традиционные обрядово-ритуальные формы, а в современной социально-педагогической практике – экспериментальные школьные программы (Д. Кабалевский, Б. Неменский и др.), комплексные программы эстетического и художественного воспитания, развития народного творчества, охраны памятников истории и культуры, организации семейного досуга и т.д. Деятельность многих современных социально-культурных институтов является базой

для создания прогрессивных социальных технологий. Формируются или проектируются они, как правило, ситуативно, в зависимости от ряда факторов, в частности наличия и состава существующих центров просвещения, культуры, искусства, спорта на данной территории, характера общественных досуговых инициатив населения и условий для их практической реализации, социально-демографических, экономических, этнических и других ситуаций в регионе. Разработка социальных технологий в сфере культуры и досуга связана с определенными сложностями, поскольку сама эта сфера отличается динамизмом, имеет социально открытый характер, в ней действует большое количество разнопрофильных социальных институтов со своими специфическими особенностями. Известен, например, сложный процесс разработки и внедрения социальной технологии использования хозрасчетных механизмов в практике культурно-досуговых центров. Конкретным результатом реализации этой технологии стало создание разнообразных предпринимательских, коммерческих структур, территориальных фондов культуры искусства на уровне республики, области, края, района, города. Прежде всего, необходимо иметь представление о сущности общей технологии социально-культурной деятельности и ее соотношении с функциональными, частными и отраслевыми методиками. Общая технология охватывает основные закономерности разработки и использования средств, форм и методов в целом, наиболее типичные условия и универсальные способы социально-культурной деятельности. В процессе социально-культурной деятельности используется множество методов, с помощью которых формируется и интенсивно осваивается досуговая среда. К ним относятся экономические, правовые, организационные, педагогические, психологические и социально психологические методы.

В основе социально-культурных технологий лежит программно-целевой принцип. Формирование и реализация этих технологий определяется социальным заказом. Социальный заказ делает необходимой педагогически правильную постановку и «инструментовку» целей и задач социально-культурной деятельности. Цель выступает как способ интеграции различных действий и уси-

лий различных субъектов досуга в определенной последовательности. Поскольку социально-культурная деятельность многофункциональна, вычленить ее цели и задачи сложно. Здесь прибегают к построению иерархических ступеней («дерева целей», «пирамиды целей») в постановке целей и задач деятельности. Цели выдвигаются с точки зрения конкретных задач, стоящих перед регионом, с учетом специфики и возможностей конкретного социально-культурного института, запросов и интересов социально-демографических групп населения, характера их трудовой деятельности и производственных условий, с учетом координации усилий с другими социальными структурами и институтами, определенных временных циклов: суточного (утреннее, дневное, вечернее время), недельного (ежедневного и воскресных дней), отпускного времени. Знание технологии диктуется многосубъективностью социально-культурной деятельности. Кроме государственных структур и специалистов, профессионально занимающихся в этой сфере, в качестве ее постоянных субъектов выступают многочисленные общественные и религиозные организации, неформальные группы и инициативные движения, разнообразные коммерческие, кооперативные, малые и другие предприятия.

Во многих случаях социально-культурная деятельность является конкретным результатом, очевидным следствием частных, индивидуальных инициатив и починов.

Вся эта масса субъектов, задействованных в досуговой сфере, избирательно использует социально-культурную технологию. Здесь, следовательно, уместно говорить о множестве технологий, обладающих специфическими, характерными особенностями. Функциональные (отраслевые) методики содержат обширный банк технологических данных, информации «ноу-хау» для отдельных видов развивающей социально-культурной деятельности в области просвещения, творчества, активного отдыха, спорта и развлечений. Социально дифференцированные (или частные) методики охватывают технологические блоки организации культурно-досуговой деятельности различных социально-демографических групп населения. Методика (технология) социально-культурной деятельности в

целом, как совокупность общей, функциональных и социально-дифференцированных методик, постоянно пополняется и обогащается за счет как исторического, так и современного опыта, накопленного в сфере культуры, просвещения, быта и досуга народов множества стран и континентов. Существенным источником обогащения этой методики является также творческое взаимодействие и обмен опытом между социально-культурными институтами: учреждениями, организациями, фондами, движениями, средствами массовой информации, школами и др. В любом случае в основе развития методики лежит постоянный творческий поиск, выход на нестандартные решения.

Принципиальное теоретическое и практическое значение имеет выяснение таких основных понятий методики, как средства, формы и методы. К комплексу средств идейно-эмоционального воздействия, которые, как правило, единым блоком используются в первую очередь в развивающей, информационно-просветительной деятельности, относятся устное (живое) слово, которое обладает большой эмоциональной силой; печатное слово – научные, информационные и другие тексты; наглядные средства – подлинные предметы и явления (например, различные экспонаты, реликвии и др.), либо специально изготовленные, воспроизведенные (репродукция), доносящие до зрителя конкретные образы, различные виды искусства – театр, музыка, хореография, кино, живопись и др. Особое место занимают специальные психолого-педагогические средства – общение, самодеятельность, игра, Зрелища, развлечения и т.д. На практике все названные средства используются не изолированно, а в тесном взаимодействии друг с другом.

Усилению и трансформированию традиционных возможностей воздействия способствуют вспомогательные средства: технические (звукозаписывающая, звуковоспроизводящая, проекционная, осветительная и другая аппаратура), средства символики, ритуальные действия, документалистика, фрагменты из литературных произведений. Под методами обычно понимают и обоснованные способы, определенные действия, направленные на наиболее рациональное

достижение целей социально-культурной деятельности: познавательной, творческой, рекреативной.

В социально-культурных институтах используются просветительные методы (изложение материала, демонстрация предметов или явлений, упражнения, направленные на закрепление знаний, отработку умений и навыков); воспитательные методы (убеждение, пример, поощрение и его антипод — порицание); методы организации творческой деятельности (выдвижение творческой задачи, тренаж, организация творческого содружества и распределения творческих обязанностей, налаживание творческого соревнования; методы рекреации (вовлечение в развлекательное занятие, вытеснение малоценных развлечений полезными, организация игрового соревнования).

Наконец, в практике социально-культурной деятельности, имеют широкое распространение такие понятия, как комплексные досуговые программы и формы. В самом широком виде досуговую программу или форму можно рассматривать как крупное самостоятельное законченное социально-педагогическое, социально-культурное действие, которое обусловлено социальным заказом, отражает социальную действительность и одновременно оказывает определенное влияние на нее. Программы и формы предусматривают решение самостоятельных педагогических задач и использование соответствующих способов организации деятельности людей (массовой, групповой или индивидуальной). Программы и формы базируются на использовании комплекса различных средств, методов, приемов, которые способствуют наиболее эффективному решению социально-педагогических целей.

Выбор тематики и разработка социально-культурных досуговых программ и форм диктуются государственным, социальным заказом, потребностями различных категорий населения, практическими задачами организации досуга, развития и саморазвития людей, проживающих в регионе. Содержание разрабатываемых программ черпается из обширного и динамичного «проблемного поля» современной социально-культурной сферы.



Принципиальное методологическое значение для программ приобретает последовательная трансформация социальных задач в конкретно- педагогические. Это позволяет придать программам воспитательную, развивающую и рекреативную направленность. основополагающими для их реализации являются и требования педагогики сотрудничества. Можно говорить о сложившейся типологии досуговых программ и форм.

Среди них выделяются программы, связанные с созданием, освоением и педагогическим использованием определенной культурной среды, включая исторические и историко-культурные памятники, мемориальные комплексы, экологические зоны, художественные экспозиции и другие информационные, развлекательные, развивающие программы для однородных и смешанных аудиторий, в том числе программы выходного дня для населения, заказные программы для коллективов предприятий, учебных заведений, кооперативов и т.д.; групповые или индивидуальные обучающие программы различного профиля, реализуемые на принципах хозрасчета и самоокупаемости. Необходимым условием служат диагностика и прогнозирование социально-экономического, психологического эффекта реализуемых программ и форм. Основу функциональных методик организации социально-культурной деятельности по направлениям составляет органичное единство культуры, просвещения, информации, творчества, отдыха, спорта, туризма и развлечений. Определяющим признаком всех функциональных методик является их развивающее начало. Не случайно, поэтому функциональные методики носят обязывающие ко многому названия развивающих, формирующих, компенсирующих, реабилитирующих и т.д.

Начнем характеристику функциональных методик с методики организации информационно-познавательной, просветительной деятельности и самообразования. Интенсивно используются такие особенности этой деятельности, как большая, чем у других социальных институтов, доступность, свободный характер, ее независимость от жестких учебных планов и программ, широкое внедрение популяризаторских методик, основанных на синтезировании научного и художественного материала, возможность гибко реагировать на меняющиеся

интересы, запросы и потребности аудитории, умение ставить единую педагогическую цель в информационной, образовательно-кружковой и индивидуально-консультационной работе.

Наиболее ярким проявлением сущности развивающей, информационно-познавательной технологии служит диалог. В политическую, социально-экономическую и духовную жизнь людей, сферу их досуга диалог органично вошел наряду с понятиями демократизации, гласности, плюрализма. Диалог во всех своих формах и проявлениях выступает как эффективное средство развития демократии и гласности, утверждения прогрессивных перемен в сознании людей. Как социальное явление, диалог свойствен субъектно-субъектным, партнерским отношениям людей в сфере свободного времени.

Благодаря ему мнение не декларируется, а вырабатывается коллективно, чаще всего в открытой дискуссии. В диалоге формируется и реализуется новое мышление, решительный отказ от догматизма. Диалог раскрывает творческий потенциал личности, благодаря ему смело ставятся и решаются вопросы во всех сферах деятельности современных центров досуга. Собственно диалог, как и разновидности диалоговых программ, выступает в качестве обязательного элемента социотренинга людей разных возрастов и профессий. Диалоговые формы (лекции-диалоги, собеседования, «круглые столы», дискуссии и др.) основаны на взаимном общении.

Диалоговые формы исключают авторитарность в обсуждении проблем, развивают тесные взаимоотношения и сотрудничество как организаторов, так и непосредственных участников диалога. Ярко выраженным становится соединение в рамках информационно-просветительных программ досуговых и бытовых элементов, усиливается утилитарно-практическая направленность просвещения. Культурно-досуговая деятельность превращается в важный фактор стимулирования и ориентирования массового самообразования взрослых. Основные объекты социокультурной сферы (клубы, Дома культуры, библиотеки и др.) переходят на более интенсивное, использование новых носителей информации, включая видео- и компьютерную технику. Одной из важных задач становится

развитие медиа-образования, подготовка молодежи к более углубленному восприятию кино, телевидения, видеопрограмм и других средств массовой коммуникации.

Происходит расширение номенклатуры, информационных услуг. Получают развитие экспресс-университеты, каникулярные школы, консультационные пункты, общественные центры непрерывного образования, тематические школы и курсы на хозрасчетных началах. Резко возрастает потребность в оперативной информации о текущих событиях, в обсуждении злободневных проблем, в формировании по ним обоснованного общественного мнения.

Культурно-досуговая сфера становится важным фактором реализации принципов гласности и свободы слова. Здесь обеспечиваются подлинный плюрализм и состязательность идей, возможность высказывать и отстаивать любую точку зрения. Досуговые центры органично включаются в открытую информационную систему, рассчитанную на использование всего массива информации без каких-либо ограничений. Расширяется диапазон информационного процесса. Наряду с донесением информации он включает в себя обсуждение, обмен и производство новой информации. Свободно циркулируют не только сообщения, проходящие через средства массовой информации, но и сведения и оценки местного, регионального характера. Информационно-просветительная деятельность строится с расчетом на полный отказ от одномерного мышления и монополии на истину, на установление цивилизованных форм контактов между людьми. Развивается широкий спектр мнений, утверждается уважение к альтернативе. Обеспечивается свободный доступ к информации через организацию независимых библиотек, сбор, хранение и распространение альтернативных изданий, проведение встреч с людьми, придерживающимися неординарных позиций, и т.д.

Инновационные подходы в досуговых технологиях, связанных с организацией социально-культурной деятельности детей, подростков и взрослых, лучше всего осваиваются в малых группах. Вывод еще раз подтверждает установленную на практике закономерность: не крупная структура всегда оператив-

нее откликается на возникновение новых познавательных, творческих потребностей, на поиск новой информации, нетрадиционных способов действия, остро реагирует и на возможные разрывы в социальной среде, на негативные ситуации, неблагоприятную психологическую атмосферу, дефицит общения и социального доверия. Известно, как дорого обходится обществу социальная отчужденность группы или отдельно взятой личности.

Информационно-познавательная деятельность любой малой группы или досуговой общности в лице любительского объединения, мини-кружка, инициативной группы, межсемейной компании активно способствует процессу смещения интересов аудитории из сферы непосредственного потребления в сферу социально-культурной деятельности, в которой человек способен проявить свободу воли и выбора, утверждения своей системы ценностей. Серьезные изменения происходят в методике культурно-творческой деятельности. В новой социально-культурной ситуации существенно расширяется диапазон творческой активности масс. Наряду с дальнейшим развитием художественной самодеятельности новые импульсы получает научно-техническое и прикладное творчество, и прежде всего различные виды социально-политической деятельности.

Наблюдается обогащение технологии художественно-творческой деятельности. Получают развитие коллекционно-собираТЕЛЬСКАЯ, аналитическая и научно-исследовательская работа в области культуры и искусства. Возрастает интерес к творчеству, и в первую очередь к авторскому. Увеличивается престиж театральных студий, театров — публицистических, эстрадных, миниатюр, работающих на местном материале. В сфере музыкальной самодеятельности проявляется особый интерес к авторской песне, рок-творчеству, собирательству, обработке и воссозданию музыкального фольклора. Активизируется работа по возрождению утраченных художественно-бытовых традиций. Самодеятельное искусство, долгие годы функционировавшее преимущественно в зрелищно-сценических формах, возвращается в народ. Повышается интерес к традициям бытового музицирования, оживляется семейная самодеятельность. Обогащает-

ся массовое любительство при проведении праздников и обрядов. Самодеятельное искусство становится основой возрождающихся народных гуляний, посиделок, вечеров отдыха и других традиционных форм массового досуга.

Растет число студий, мастерских, творческих лабораторий, художественно-творческих товариществ. Дифференциация художественных потребностей и интересов населения обуславливает появление многочисленных клубных школ, курсов, любительских объединений, центров эстетического воспитания. Рельефно проявляющаяся тенденция к синтезу культуры и быта становится основой создания таких коллективов, как студии и кружки художественного моделирования одежды, студии текстильного творчества, ковроткачества, вышивки, макраме, художественной обработки дерева, камня, металла, кости и т.д. Увеличивается значимость самодеятельного искусства в развитии различных субкультур. В рамках этого процесса активно формируется устойчивая локальная культура, дифференцированная в соответствии с наличием определенных групп населения региона. Существенно меняются формы руководства самодеятельным творчеством. Вводятся в действие естественные механизмы его развития.

Активизируются его факторы саморегуляции. Упрощается характер планирования, учета и отчетности. Отменяется жесткий контроль репертуара, выставочной и концертной деятельностью. Упрощается система регистрации любительских объединений и клубов по интересам. Культурно-досуговые центры начинают уделять большое внимание неинституциональным формам самодеятельности по месту жительства. Расширяются масштабы самодеятельности, развивающейся вне рамок учреждений культуры. В системе самодеятельного художественного творчества реализуется отход от прямого дублирования структур профессионального искусства.

Осуществляется интенсивный рост любительства, ориентированного на фольклор и оригинальные виды современного народного творчества. Акцент переносится на культуротворческие процессы в открытой социальной среде. Основным принципом развития самодеятельности становится принцип художественного плюрализма. Возрастает доверие к продуктивным возможностям лю-

бителя. Происходит активное сближение и пересечение профессиональных и непрофессиональных структур. Юридически закрепляется правовой статус мастеров народного искусства. Утверждается терпимость к ранее отвергавшимся художественным явлениям. Открывается простор для свободного творческого поиска в кружках, студиях, лабораториях, мастерских, объединениях и других самодеятельных коллективах. Широко реализуется право создания авторской школы и право на художественный эксперимент.

Дифференцированные (частные) методики социально-культурной деятельности ориентированы на работу с отдельными, главным образом возрастными, группами населения. У них есть ряд общих черт, связанных с изначальными принципами и функциями социально-культурной деятельности. В то же время каждая из методик обладает характерными особенностями, обусловленными социально-психологическими, физиологическими и другими характеристиками возрастных групп – детей, подростков, молодежи, взрослых и пожилых людей.

Основу дифференцированных (частных) методик составляют разнообразные социально-культурные, досуговые программы, профилированные для отдельных социально-демографических групп. Организатору социально-культурной деятельности очень часто приходится иметь дело с методикой семейного досуга – изучением предпочтений досуговых форм индивидуально-семейного выбора досуговых занятий, созданием условий для профессионального программирования и реализации альтернативных видов и форм организации свободного времени семейных общностей.

Такого же пристального внимания требуют и методики, рассчитанные на детский и подростковый возраст, динамичные молодежные категории, лиц среднего и пожилого возраста. Технологические аспекты подробно рассматриваются в спецкурсах.

Диагностика, прогнозирование и проектирование социально-культурных процессов. Трудно переоценить значение социологических исследований для развития теории и практики социально-культурной деятельности, пополнения

необходимого банка информации, данных о современных тенденциях и закономерностях досуга. Содержание и методика социологических исследований социально-культурной сферы подробно анализируются в соответствующем курсе.

Технологии социально-культурной деятельности принципиально необходимо компетентное проведение диагностики, прогнозирования исходных условий и содержания досуговых потребностей и ориентации жителей социума, содержания и форм занятий в сфере свободного времени, пользующихся наибольшим предпочтением у детей, подростков, молодежи, лиц среднего и пожилого возраста. Диагностика и прогнозирование служат основой для разработки социально-культурных проектов и программ. Методика социально-культурного проектирования рассматривается в отдельном курсе.

### **Тема 8. Менеджмент в социально-культурной деятельности**

Исключительно важным является вопрос о современном юридическом, экономическом социальном статусе специалиста в области социально-культурной деятельности. Это связано не только с трансформацией прежнего понятия «культурно-просветительный работник», но и с объективно возрастающей ролью специалиста, непосредственно организующего контакты с семьей, трудовым коллективом, учреждениями культуры, школой и другими социальными институтами региона.

В нынешних условиях происходит ярко выраженная дифференциация приоритетных ролевых функций субъектов (основных участников) социально-культурных процессов. Множество взаимодействующих в социально-культурной сфере субъектов (различных групп населения), профессионалов отдельных организаций включает *три основные категории*:

- 1) социальные заказчики, представляющие в своем лице потребителя социально-культурных благ и услуг;
- 2) менеджеры — организаторы социально-культурной сферы, являющиеся по существу основными фигурами в реализации многочисленных досуговых проектов и программ;

3) творческие работники, профессионалы и непрофессионалы, непосредственно занятые созданием социально-культурных ценностей, наполнением содержания досуговых проектов и программ.

В каждой из названных категорий широко представлены как отдельные лица, так и многочисленные самодеятельные общности, инициативные группы, ассоциации и т.д. Кардинально меняется и традиционная целевая установка профессиональных менеджера, методиста, администратора, модератора, аниматора.

Социально-культурная деятельность объективно становится условием совершенствования социальной действительности, важной формой самовыражения, самореализации личности. Финансируемые за счёт муниципальных, коммерческих, общественных структурно-досуговые программы предназначены для развития территориального своеобразия и самобытности культуры, поддержки новаторских социальных инициатив, новых форм творчества.

Перемены в содержании и организации современной социально-культурной, досуговой деятельности требуют переосмысления и необходимой корректировки сущности самой специальности «КПР».

Традиционное понятие «культурно-просветительный работник» сегодня уже не отражает качественно иных функций специалиста современной социально-культурной сферы. Традиционная просветительная направленность профессии не вписывается в ее новые контуры, востребованные практикой, не отвечает ее социально-преобразующему, социально-педагогическому, социально-защитному характеру.

Статус современного специалиста в области социально-культурной деятельности не выдуман и не рожден спонтанно, а формируется под влиянием сегодняшних реалий. Приоритетное место в нем принадлежит деятельному началу, активному, созидающему действию в тех или иных социальных вариантах. В последующие годы специальность культурно – просветительного работника трансформировалась в целый ряд родственных специальностей и специализаций: культуролога, (социального педагога, экономиста социально-культурной



сферы). Общим основанием этого ряда, в котором, по-видимому, ставить точку рано, является социально-культурная деятельность, направленная на создание условий для наиболее полного развития, самоутверждения и самореализации личности или группы (студии, кружка, любительского объединения) в сфере досуга.

В качественно новом социальном статусе специалиста доминирующими признаками являются его профессиональная компетентность и высокая квалификация в стимулировании и организации индивидуальной либо семейной, групповой досуговой деятельности. Вместе с тем социальный статус современного организатора досуга сложился в последние годы в условиях опыта, свободного от жесткой регламентации и администрирования. Этот статус определяется социальной ролью специалиста, а поскольку речь идет о множественности таких ролей, правомерно поставить вопрос о модификации самого статуса.

Нельзя не учитывать своеобразие, специфические черты социально-культурной деятельности в процессе разработки и реализации тех или иных социально-культурных проектов или досуговых программ. Среди особенностей этой сферы общественной практики можно выделить многообразие действующих здесь субъектов, прежде всего специалистов, выполняющих те или иные ролевые социальные функции. В соответствии с содержанием и направленностью условно обозначим следующие основные социальные роли, в которых, как правило, выступает специалист социально-культурной сферы: менеджмент, предпринимательство, продюсерство в сфере организации досуга детей, подростков, молодежи, семейных общностей; посредничество в двух «ипостасях»: в сфере общения людей (роль ведущего, или модератора) и в коммерческих отношениях (роль импресарио, антрепренера); реформаторство, инновационная творческая деятельность, связанная с разработкой и реализацией оригинальных творческих идей и проектов в сфере досуга; лидерство в малой группе, формальной или неформальной общности, связанное с выполнением функций педагога – корректора поведения детей, подростков, молодежи и взрослых.

**Менеджерство.** Принципиально важным для характеристики менеджерской деятельности в социально-культурной сфере является выявление сущности самого понятия «социальный менеджмент». В течение предыдущих десятилетий в республиках бывшего Советского Союза широко употреблялся термин «социальное управление», в содержание которого вкладывались выработка стабильной социальной политики и контроль за реализацией социальных программ, хотя многие из них (например, Продовольственная программа, программа «Жилье–2000», энергетическая и др.) так и остались невыполненными. В современных условиях перехода к новым экономическим отношениям возникают и новые социальные отношения, формируются новые ценностные ориентации, установки.

В связи с этим социальный менеджмент сегодня правомерно рассматривается по своим функциям как социальное управление периода перехода к рынку, развития новых форм собственности, приватизации и выработки соответствующей времени социальной политики.

В нашем курсе *под социально-менеджерской деятельностью в сфере культуры, искусства, досуга понимается активное участие в соорганизации, координации действий всех участников социально-культурного процесса.*

Элементы менеджества частично присутствуют в деятельности любого специалиста социально-культурной сферы. По существу, менеджер выступает в качестве созидательного центра, основного персонажа внутри любой иницирующей группы. В практике социально-культурной деятельности в России пока недостаточно накоплено опыта, знаний и навыков в области менеджмента досуга. Уже поэтому в менеджменте открывается неограниченный простор для свободного творческого самопроявления, для множества инвариантных форм самореализации менеджерской предпринимательской инициативы.

**Посредничество.** По мнению многих исследователей, очень важной ролевой функцией специалиста социально-культурной сферы является посредничество. Роль посредника (в процессе организации концертно-зрелищной, развлекательной деятельности его часто называют администратором или импресарио) в

социально-культурной сфере исключительно велика и многогранна. Сущность этой ролевой функции, которая в одинаковой мере может выполняться и социальным работником, и социальным педагогом, и культурологом, и экономистом, – организация взаимодействия между творческой личностью, мастером, художником, носителем культурной информации и редких умений, с одной стороны, и аудиторией, публикой, коммерческими структурами – с другой.

Особенность этой ролевой функции состоит в умении на основе дифференцированного подхода к различным социально-демографическим группам населения тонко и точно выстроить формы контакта с ними. К сожалению, роль импресарио до последнего времени была практически неразвита в социально-культурной деятельности. Сегодня она сводится лишь к попыткам отдельных предприимчивых организаторов, в частности администраторов, антрепренеров, работников малых и совместных предприятий, создать в соответствии с потребностями талантливых исполнителей, мастеров (певцов, музыкантов, экстрасенсов и т.п.) благоприятные условия для их творческого процесса. Но возможности практического использования ролевой функции импресарио в социально-культурной сфере значительно шире.

Термин «ведущий» применительно к социально-культурной деятельности означает человека, возглавляющего на данный момент досуговую общность, группу людей или массовую аудиторию. В соответствии с современными моделями организации досуга и общения, предполагающими тесное сотрудничество, сотворчество людей, такое понимание слова «ведущий» уже неприемлемо. Куда точнее, по утверждению В. Познера («Неделя», 1989, № 5. СП), английское слово «модератор» – посредник, способствующий общению людей.

Его работа оценивается умением организовать и направлять общение аудитории, спор, дискуссию. В США, например, умение общаться, дискутировать культивируется с детских лет и имеет давние традиции. Во время публичных дебатов на разные темы и на разных уровнях перед американскими модераторами не стоит проблема стимулировать обсуждение, скорее возникает другая – управлять дискуссией, не дать ей «выйти из берегов». Аудитория очень легко

идет на контакт, и с нею проще работать. Дискуссии вообще чрезвычайно плодотворное средство общения. Однако нет необходимости злоупотреблять дискуссионными формами, особенно в тех случаях, когда в жизни коллектива не стоит задача преодолевать психологические, идеологические и другие барьеры, когда нет столкновения мнений. В этих ситуациях социальным работникам – организаторам досуга не следует пренебрегать системой рейтингов, которая вносит определенное напряжение в деятельность рекреационных структур. Ведь в каждом городе, поселке городского типа помимо муниципальных культурно-досуговых центров существует множество коммерческих, в том числе кооперативных, учреждений, предоставляющих свободу выбора форм досуга. Система рейтингов как объективный метод определения популярности досуговых программ может принести неожиданный результат: «суперважная», по мнению клубного организатора, досуговая программа привлечет лишь единицы посетителей, а третьестепенная, наоборот, соберет огромную заинтересованную аудиторию. Творческое соперничество между специалистами социально-культурной сферы, организаторами досуга, подстегиваемое периодическим применением системы рейтингов, поможет повысить качественный уровень развивающих, рекреативных программ.

**Реформаторство, или инновационная деятельность.** В сфере организаторов социально-культурной деятельности за последние десятилетия сложилась довольно распространенная ролевая функция, которая условно может быть обозначена как функция новатора, или реформатора. Организаторами данного типа являются талантливые руководители и организаторы коллективной инициативы, самодеятельности людей в социокультурной сфере.

Наиболее правильно определить реформаторов как субъектов активного инновационного воздействия на тот или иной вид социально-культурной деятельности. Именно к этой категории относятся подвижники, которые на протяжении последних лет были носителями и реализаторами демократических инициатив в социокультурной сфере: движения в защиту памятников истории и культуры, фольклорного, природоохранного движения, благотворительности и

милосердия и т.д. Всякий раз их целевой установкой в социально-культурной сфере остается изменение действующих условий, поиск и осуществление принципиально новых решений культурно-досуговых задач.

Лидерство как ролевая функция организатора досуга приобретает особую социальную ценность в связи с тем, что в социально-культурной, досуговой сфере центром всеобщего притяжения становятся малые группы, камерные формы познавательной, культурно-творческой, рекреационной деятельности. Именно роль лидера как педагога-мастера, наставника не может не опираться на огромную сумму методических знаний, умений и навыков. Целевой установкой лидера-педагога всегда или почти всегда оказывается развитие у конкретной общности людей (детей, подростков, взрослых) творческих способностей, а также методов, с помощью которых, эти способности формируются и реализуются.

Генеральная ролевая функция специалиста социально-культурной сферы включает в себя ряд производных. Они соответствуют наиболее типичным проблемам и ситуациям практики, составляющим суть профессии. Выделим следующие **функции**:

1. Участие в создании необходимых социально-экономических условий развития и рекреации в различных формах досуговой деятельности жителей социума. Именно эта функция является определяющей для специалистов социально-культурной сферы как для организаторов клубной работы, так и для руководителей художественной самодеятельности. Выпускники высшей школы призваны квалифицированно и компетентно решать проблемы, связанные с досуговым менеджментом и маркетингом, формированием и реализацией развивающих и рекреационных программ. Они должны быть общительными, способными к прогнозированию, выработке конструктивных решений, сопереживанию, эффективному взаимодействию с другими людьми, иметь навыки руководства малыми группами, неформальными общностями, стихийно складывающимися в сфере организованного и неорганизованного досуга.

2. Участие в нормативно-правовом обеспечении и защите конституционных свобод личности в условиях досуга. Различные формы социальных инициатив и самодеятельности населения должны стать для каждого человека условием свободной реализации его конституционных гарантий, школой политической культуры и демократии. На сегодня это одна из актуальных и не решаемых пока проблем. Специалисту социально-культурной сферы необходимо знать нормативные и правовые акты, имеющие отношение к сфере свободного времени, владеть информацией в области правового регулирования деятельности общественных организаций, добровольных обществ и любительских объединений, ориентироваться в социальной структуре региона и т.д.

3. Финансово-экономическое обеспечение учреждений досуга. Речь идет не столько о способности ориентироваться в существующих документах, регламентирующих финансовую деятельность, сколько о владении механизмом материального обеспечения самодеятельных инициатив, при котором не теряется воспитывающая суть досуговой деятельности. Будущее организации досуга – ориентация на те виды досуговой деятельности, которые не требуют больших материальных затрат, способствуют всестороннему развитию личности.

4. Обеспечение досуговых форм самодеятельности населения. Содержание этой функции заключается не только в разработке, корректировке и реализации социально-культурных, досуговых инициатив, программ, проектов, но и в развитии инициативы и самодеятельности населения, поскольку это и есть стратегическая линия и условие демократизации общественной жизни. Однако на местах социально-культурные инициативы населения нередко блокируются. Поэтому социальный педагог берет на себя в каком-то смысле охранительные функции по отношению к социально значимым инициативам населения, не находящим пока поддержки муниципальных органов, государственных институтов, учреждений, защищая их от некомпетентного, порой сугубо административного вмешательства.

Социально-культурная деятельность исключает элементы стихийного, рефлексивного регулирования. Не может происходить этот процесс и автома-

тически. Он нуждается в целенаправленном воздействии, где присутствуют все компоненты сознательного управления. Хотя сфера социально-культурного действия носит ярко выраженные черты творческого процесса и этот процесс невозможно запрограммировать, от умелого управления им в решающей степени зависит качество досуговых программ. В плановой системе хозяйствования досуговая, социально-культурная деятельность была лишена коммерческой направленности. Разнообразный досуг в значительной степени обеспечивался за счет общественных фондов государства, обслуживая известный тезис о необходимости всестороннего и гармоничного развития личности. В связи с переходом к рынку сократились бюджетные ассигнования на развитие культуры. Тем не менее, сущность этого тезиса в качестве важнейшей общечеловеческой цели, несомненно, сохраняется. При этом не может не возникнуть вопрос о коммерческой стороне культуры и досуга, множества социально-культурных программ, способных в определенной степени являться источником прибыли. Экономика и культура всегда тесно связаны. Взаимодействие их относится к числу наименее исследованных и недостаточно обобщенных явлений. Существует ряд важных экономических факторов, влияющих на состояние и развитие культуры: рост эффективности производства, материально-техническое снабжение и т.д. В свою очередь, затраты на культуру дают не только социальный или интеллектуальный, но и экономический эффект.

На современном этапе в сфере культуры сложилась и углубляется кризисная ситуация. В отличие от многих традиционных отраслей материального производства (промышленности, строительства и т.д.) здесь государственный монополизм и господство государственной собственности не утратили своих сил. Культура раньше была на стопроцентном государственном обеспечении. Но в связи с тем, что государственные бюджетные ассигнования из года в год катастрофически уменьшаются, растет доля вклада на поддержание культуры внебюджетных средств из части прибыли коммерческих предприятий и фирм.

Вхождение культуры как товара в структуру современной рыночной экономики зависит от учета ряда характерных особенностей этой сферы. Во- пер-

вых, здесь продолжается господство государственной собственности, хотя Основы законодательства Российской Федерации о культуре допускают все формы собственности на культурные ценности, здания, сооружения, оборудование и т.д. – государственную, акционерную, Частную. Во-вторых, мы сегодня являемся свидетелями нарастающего интереса к национальным культурам и этническим традициям, а также усиления тенденций перехода от массовых, «митинговых» форм реализации свободного времени к формам более узким, камерным, групповым – студиям, клубам и объединениям по интересам. В-третьих, несмотря на расширение чисто коммерческих услуг (видеопотребление и видеотворчество, развитие компьютерных игр, видео- и аудиосистем), техническая оснащенность труда в сфере культуры и досуга оставляет желать лучшего. Наконец, в-четвертых, более половины работников культуры — люди с высшим и средним специальным образованием, причем значительную их часть составляют женщины, что остро ставит вопрос о рациональной организации труда и разумном сочетании общественных и семейных функций. Таким образом, социально-культурная деятельность является специфической областью применения труда и общих основ менеджмента, а учет этой специфики требует разработки соответствующего механизма хозяйствования и управления.

В содержании современной социально-культурной деятельности функционируют и сосуществуют два основных сектора – коммерческий и некоммерческий. Разумеется, это деление условно, поскольку различные по направленности жанровые формы культурно-досуговых занятий и услуг характеризуются различными уровнями коммерциализации. Так, в структуре ежегодного денежного оборота на рынке альтернативных услуг в сфере культуры большую часть составляет оборот от видеообслуживания, дискотек, игорного и шоу-бизнеса, эстрады и т.п. и в то же время сокращается посещаемость театров, кинотеатров, концертных залов. Тем не менее строгой привязки каждого объекта культуры к коммерческому или некоммерческому сектору не существует. Многие традиционно бюджетные учреждения культуры (государственные музеи, театры, цирки и др.) в поисках дополнительных средств используют и коммер-



ческие проекты. Государство, выделяя средства на культуру, как правило, не следит за итогом, результатом этих вложений, т.е. конечным продуктом. Таким образом, утвердился программно-целевой принцип, в соответствии с которым государство финансирует не учреждения культуры, а выполняемые ими программы (единовременные, долгосрочные, концертно-зрелищные, образовательные, развлекательные и т.п.). Другими словами, материальное обеспечение учреждения, организации зависит от производимого ими культурного продукта.

Экономический механизм сферы социально-культурной деятельности является неотъемлемой частью всей системы хозяйствования. Но в силу специфики этой сферы необходимо исходить из ряда принципиальных положений, определяющих ее действие. К ним относятся: приоритетность бюджетного обеспечения культуры и культурной деятельности необходимыми средствами; широкое привлечение общественных организаций и коммерческих структур, а также частных лиц к участию в развитии и финансировании культуры; рациональное сочетание государственной бюджетной поддержки перспективных социально- культурных экспериментов и инициатив, а также усилий, направленных на сохранение и развитие национально-культурного достояния, и одновременное расширение коммерческих начал, отвечающих культурно- досуговым интересам, моде, предпочтениям различных слоев общества; преодоление остаточного принципа выделения ресурсов на культуру, укрепление ее материально-технической базы, усиление роли муниципальных (местных) органов самоуправления в области финансирования и льготного налогообложения объектов социально- культурной деятельности.

Экономические процессы в культуре во многом зависят от управленческих аспектов. Процесс управления, регулирования социально- культурной деятельности можно рассматривать как особую систему отношения организатор досуговых программ – эффективность досуга. Вопросы управления социально-культурной сферой привлекают к себе внимание хотя бы потому, что они непосредственно связаны с повышением профессионализма в работе каждого педа-

гога, организатора досуговых программ. Это само по себе актуально вне зависимости от общественной формы реализации культурно значимых ценностей.

В настоящее время понятие «менеджмент» (от лат. manu agere – «рукой водить», англ. managment – «управление») широко входит и в социально- культурный деловой обиход, досуговый бизнес. Это понятие часто ассоциируют с термином «управление». Действительно, эти понятия родственны по существу, но глубоко различаются по содержанию.

Менеджер – это профессиональный управляющий, прошедший специальную (нередко многолетнюю) подготовку в области менеджмента и регулярно повышающий свою квалификацию. Профессия менеджера – это и особый образ жизни, подчиненный интересам дела, требующий полной самоотдачи и ограничений. Ставка на профессионализм в управлении в любой сфере деятельности, в данном случае в сфере организации досуга, оправдана ее результативностью, что и обуславливает значение менеджмента в подлинном смысле этого понятия.

Прежде чем рассматривать функции менеджмента применительно к досуговой сфере, еще раз вернемся к досугу как к объекту управления. Со времени Аристотеля, который писал о досуге как об особой привилегии, выпавшей на долю незанятых людей, наслаждающихся счастливой жизнью, досуг ассоциировался с праздностью и бездельем. Современное значение этого понятия существенно изменилось. В научном смысле досуг – часть свободного времени, которая связана с личным потреблением материальных и духовных благ, или «самоценная» деятельность, составляющая органический элемент быта и направленная на удовлетворение потребностей в отдыхе, развлечениях, саморазвитии.

В свете такого понимания занятия на досуге должны удовлетворять следующим требованиям: отсутствие непреложных обязанностей в качестве стимула, добровольность выбора этих занятий, эмоциональная включенность субъекта в деятельность.

С точки зрения эмпирических «индикаторов» многосторонность досуга характеризуется общим набором занятий, способствующих разворачиванию по-

знавательных и творческих интересов и способностей человека; а гармоничность – избирательностью в отношении к ним. Отсюда вытекают устойчивость интересов, сознательная планируемость действий (целенаправленность выбора досуговых занятий) и степень эмоциональной включенности человека в творческий процесс. Поэтому основные признаки избирательности человека к досуговым программам – это полнота и глубина осведомленности об их содержании, интерес к ним, сила положительных эмоций от личного участия в них. Очевидно, что эти признаки рассматриваются в качестве основных ориентиров в планировании и реализации социально-культурных досуговых программ.

Избирательность человека в сфере досуга содержит компоненты активности, инициативы и интеллектуального интереса. У разных людей они проявляются с разной степенью глубины. Определяющими факторами здесь выступают возраст человека, род его основной профессиональной деятельности, уровень образования и степень культурных запросов. Поэтому при формировании досуговых программ эти факторы обязательно принимаются во внимание. Во всех случаях организатору программ необходимо иметь в виду, что интерес к ним будет проявляться наиболее отчетливо, если досуг человека выступает в активных формах. Под активной деятельностью здесь понимается избирательное времяпрепровождение, основанное на устойчивом, целенаправленном отношении к различным формам и видам социально-культурных занятий. Подобная активность может носить различный характер, выступать в разных вариантах. Поэтому, говоря об управлении сферой досуговой деятельности, мы имеем в виду положительную активность, которая духовно обогащает личность.

Планирование просветительных, творческих, студийных, развлекательно-зрелищных и других программ предполагает учет таких признаков избирательности человека к ним, как полнота и глубина осведомленности об их содержании, интерес к программам и сила положительных эмоций от их восприятия. Реализация этих программ должна быть связана с повышением трех показателей уровня избирательности: устойчивостью интереса, целенаправленностью выбора и уровнем удовлетворенности. При этом реализация развивающих про-

грамм включает в себя такие функции управления, как организация, координация, мотивация и контроль.

Организатор досуговых программ с позиции менеджмента выступает как их руководитель-менеджер. Создавая просветительную или учебно-студийную программу, он формирует систему, которой и управляет. При этом он реализует все функции менеджмента, объединяя их в одно целое в процессе создания и реализации целостной, законченной композиции. Для характеристики деятельности организатора развивающих досуговых программ существенным является то, что ее отличает творческая направленность. В ней присутствуют все элементы творческого процесса – от идеи и разработки сценарного плана до его материализации в конкретной форме. Здесь используются необходимые художественные решения и методы обеспечения зрелищности и эмоциональной выразительности. Поэтому профессионализм организатора программ по существу является синтезом функций менеджмента в творческом процессе, умения находить оригинальные, нестандартные решения. Это следует считать главным фактором привлечения внимания и развития интереса к программам.

Функция планирования пронизывает все стороны деятельности менеджера сферы социально-культурного бизнеса, организатора досуговых программ. Управление начинается с плана действий. Он позволяет не только предвидеть результат и сформировать программу его достижений, но и установить средства и методы, необходимые для выполнения программы. Тщательно проработанный план закладывает основу успеха в реализации любой социально-культурной программы. Как всякий творческий процесс, каждое занятие группой начинается с идеи, которая в последующем конкретизируется в плане действий организатора по ее воплощению. Отражая творческий замысел педагога, организатора, идея тем не менее должна быть подчинена интересам каждого участника занятия, который всегда индивидуален в оценке значимости для себя определенной программы, а также ее привлекательности. Чтобы быть творческой, идея должна содержать инновационные элементы. Это положение принципиально важно с точки зрения формирования интереса участника самодей-

тельного коллектива, любой из современных досуговых программ. Возникшая у организатора идея должна пройти проверку на реалистичность и актуальность с тем, чтобы избежать расходования времени, сил и средств на ее осуществление, с одной стороны, а с другой – установить действительную значимость идеи для повышения эффективности социально- культурной развивающей деятельности. С позиции менеджмента выдвижение творческой идеи любого досугового занятия рассматривается как стратегический замысел педагога, руководителя коллектива, организатора программ. Это важный аспект его деятельности. Стратегия организатора может существенным образом повлиять на планирование и реализацию программ. На этом этапе возможны и просчеты, и неожиданные творческие удачи. Принятие решения о дальнейшей судьбе творческого начинания – функция каждого коллектива, клуба, объединения. Однако организатор должен представить необходимую информацию по своей идее в наиболее полном виде, в ясной форме и беспристрастно. Если он верит в свою идею, ему важно быть убедительным, суметь «продать идею», заручившись поддержкой коллектива.

В процессе формирования стратегической установки на будущую социально-культурную, досуговую программу предполагается использование моделирования. Это одно из условий обоснованного планирования. В ходе моделирования возможных ситуаций и состояний реализации программы педагог, руководитель проигрывают различные варианты ее организационного, художественного, тематического, композиционного решения, а также варианты технического оснащения и материально-вещественного оформления. Моделирование в социально-культурной деятельности, реализации многочисленных досуговых программ, как видим, эквивалентно некоему сценическому экспериментированию и осуществляется главным образом посредством воображения и интуитивно-логического мышления.

В ходе планирования в качестве его элемента организатор опирается на заранее составленную программу. В его задачу входит перевод задуманного сценического решения в новое состояние, в котором необходимое место займут

предметно-вещественные элементы программы, ее звуковое и цветовое решение, соответствующие средства и методы ее оформления. Заканчивается планирование доведением плана реализации программ до тех, кто будет участвовать в ее реализации. Но этим не ограничиваются функции планирования; Корректировка плана действий присутствует на всех этапах ее реализации. Основа этого процесса – анализ – действенное средство совершенствования программы организатором, так как цель анализа состоит в поиске ее потенциально ненадежных мест. Организаторы различных по масштабам досуговых программ, не прибегаящие к этому средству, ограничивают свои возможности и снижают эффективность воздействия на аудиторию.

После принятия идеи программы и разработки плана ее реализации начинается организационная деятельность, т.е. выполняется функция организации. Если планирование – это сердцевина менеджмента, то организация — его движущая сила. Составляя основу организационной практики, она приводит в действие средства для осуществления намеченной идеи и ее воплощения в конкретное композиционное решение досуговой программы. Организовать выполнение такой программы значит определить структуру и порядок взаимодействия всех участвующих в ее реализации, установить сроки и последовательность предусмотренных ею работ, распределить обязанности тех работников, которые связаны с выполнением программ, обеспечить их необходимой информацией и средствами. Функция организации — это подготовка того, что необходимо для выполнения плана. Много времени и средств расходуется непродуктивно из-за неумения правильно организовать досуговое мероприятие, в данном случае намеченную программу. Здесь велика роль сотрудничества организатора досуговой программы с руководством клуба, парка, других досуговых центров и исполнителями — техническими работниками. Организаторы досуговых программ нередко сталкиваются с трудностями в творческом процессе. Наиболее типичные из них: отсрочка реализации плана намеченных мероприятий под предлогом неподготовленности к ним; непредвиденная задержка в реализации программы, вызванная отсутствием ее необходимых элементов (помещения,

техники, людей, средств на оплату привлеченных лиц и др.); попытка саботировать реализацию программы из-за очередных текущих мероприятий.

Организатору досуговых программ важно уметь работать с людьми, привлекать их на свою сторону, видеть в них единомышленников, опираться на них в своей работе. Это входит в содержание требований к подготовке организатора культурно-досуговой сферы. Ключевые моменты такой подготовки:

- психологическая избирательность – способность наиболее глубоко и полно отражать психологию людей;
- психологический ум – качество, позволяющее находить наилучшее применение каждому человеку в зависимости от его индивидуально-психологических особенностей;
- психологический такт – способность находить подход к людям при установлении с ними взаимоотношений и взаимодействия;
- общественная энергичность – способность «заряжать» своей энергией других людей, активизировать их;
- требовательность к людям;
- критичность – способность анализировать отклонения от нормы в деятельности других людей;
- склонность к организаторской деятельности.

С организацией тесно связана функция координирования. Ее назначение состоит в том, чтобы обеспечить соответствие и согласованность в действиях людей, обеспечивающих выполнение комплекса социально-культурных мероприятий. Даже при хорошей организации работы возможно появление непредвиденных обстоятельств, что вносит в установленный порядок разнообразные помехи. В результате происходят отклонения от намеченной программы. С ними связаны потери времени на согласование (пересмотр сроков, устранение неувязок в действиях исполнителей, изменение репертуара и др.) и на перегруппировку задач с последующей перестройке системы воздействия исполнителей. Значение функции координирования в деятельности педагога – организатора программ возрастает в связи с необходимостью гибко реагировать на досуговые

интересы и запросы потребителей в условиях коммерциализации сферы досуга. Повышение устойчивости интереса к тем или иным направлениям в музыке со стороны потребителей в значительной степени определяется качеством выполнения этой функции.

Существенной стороной менеджмента является мотивация. Под ее воздействием изменяется отношение человека к своему свободному времени, формируются его активные установки и интересы. Организация развивающей деятельности как творческий процесс особо нуждается в эффективной мотивации. Творческий работник должен мотивировать выдвижение интересных идей, способствующих вовлечению людей в досуговую развивающую деятельность. Далее: его отношение к процессу формирования программ должно мотивироваться и изысканием наиболее эффективных путей, средств и методов удовлетворения духовных интересов и потребностей людей. Для организатора важно, чтобы существовал внутренний стимул, побуждающий его как творческого работника выполнять свои функции инициативно, изобретательно, с вдохновением. С появлением различных отношений и включением в них сферы культурно-досуговой деятельности таким стимулом становится возможность оказания платных услуг в виде разнообразных и интересных программ, предлагаемых их потенциальным потребителям. Коммерческая сторона при этом становится мощной мотивационной характеристикой поведения клубного педагога. От зрелищности и эмоционального воздействия программ на потребителей непосредственно зависит заработок работников социально-культурной сферы. Основным условием действенности такой мотивации выступает адекватное отражение личного вклада конкретного организатора в коммерческий успех определенной досуговой программы.

### **Тема 9. Технологии коммерческой деятельности учреждений СКД**

В условиях современных рыночных отношений переход учреждений культуры на новые условия хозяйствования обуславливает активизацию коммерческой деятельности в учреждениях культуры, как фактора совершенствования и развития их возможностей в процессе удовлетворения растущих куль-



турных потребностей населения. Предпринимательство широко охватывает коммерческую и материальную сферы, становится мощным фактором развития учреждений социально-культурной сферы.

Значительное влияние на процессы коммерциализации деятельности учреждений культуры оказывают как внешние, так и внутренние факторы. Государственное недофинансирование отрасли культуры с одной стороны, и возрастающие потребности населения в повышении качества культурных услуг и профессионализма специалистов, с другой, стали обуславливающими факторами для поиска дополнительных способов финансирования, развития платных форм социально-культурной деятельности, получения финансовых средств от донорской деятельности.

Согласно законодательству, осуществление коммерческой деятельности направлено на повышение заинтересованности трудовых коллективов учреждений культуры в изыскании дополнительных резервов в совершенствовании качества обслуживания населения.

Систему коммерческой деятельности учреждений культуры представляют следующие важные элементы:

- создание социальной структуры, подразделения, которое автономно занималось бы коммерческой деятельностью и координировало эту деятельность в других подразделениях;
- удовлетворение потребностей конкретных групп потребителей в коммерческих товарах и услугах;
- создание дополнительных рабочих мест за счет создания и реализации коммерческих услуг в учреждениях культуры;
- формирование инновационных услуг и программ, удовлетворяющих растущие потребности населения;
- обеспечение комфортной ценовой политики производимых культурных услуг и товаров;

– осуществление жесткого внутреннего учета и контроля, результатом которого является разнообразие совершенствования в предоставлении услуг и программ населению;

– формирование востребованных товаров и услуг.

Главным компонентом коммерческой деятельности учреждений культуры являются предоставляемые услуги. Оценивая текущее состояние, пишет Кудрина Е. Л., прежде всего, необходимо понять, какие социально-культурные технологии, процедуры и услуги обеспечивает данная организация, кому она оказывает эти услуги и почему их покупает население или заказывают органы власти. Когда учреждение культуры продает свои услуги, то пользователи или выступающие от их имени органы управления покупают не просто данную услугу или технологию – они покупают определенную совокупность преимуществ, позволяющих удовлетворять досуговые или социально-культурные потребности населения.

Условно все услуги, предлагаемые сегодня субъектами культуры можно разделить на три группы – это образовательные, информационные и культурные. Все более востребованными становятся: коммерческие занятия в коллективах художественной самодеятельности, студиях музыкального, художественного и технического творчества, спортивных секциях; лекционные и консультативные мероприятия, тематические программы, праздничные мероприятия, вечера отдыха и танцев, дискотеки, концерты и спектакли, экскурсии, рекреационные и оздоровительные процедуры, выставки-продажи. Популярностью среди населения услуги обслуживающего плана, такие как: настройка и прокат инструментов, инвентаря, реквизита, снаряжения, оборудования и аппаратуры; кино-, фото- и видео-обслуживание, пользование аттракционами, игровыми автоматами, тирами, тренажерами, мастерскими; услуги по информационному обслуживанию: фото- и ксерокопирование, микрофильмирование материалов и документов из библиотечных, музейных и других фондов, услуги Интернета.

Выходя на рынок социально-культурных услуг коммерческого характера, руководитель учреждения культуры обязан понимать, какие из этих элементов будут более востребованы потенциальными потребителями и чем они отличаются от услуг конкурентов.

Уровень доходов от оказания вышеперечисленных услуг зависит от нескольких важных причин. Прежде всего, это степень социально-культурной значимости услуг для населения и степени их востребованности среди конкретных потребителей. Чем выше эта категория, тем популярнее дороже может быть услуга и доход от ее реализации.

Получение прибыли от реализуемой услуги находится в прямой зависимости от ценовой политики, предусматривающей приоритет коммерческих или некоммерческих видов деятельности. Также, в процессе реализации коммерческой деятельности необходимо учитывать общую экономическую ситуацию в стране и, как следствие, уровень платежеспособности населения.

Важно отметить то, что большим преимуществом учреждения социально-культурной сферы является оказание широкого спектра сбалансированных услуг. В этом случае одни услуги могут стать источником финансирования других. Существует ряд условий успешной реализации коммерческих услуг населению. Во-первых, необходимо получить обоснованные ответы на вопросы, кто, почему и сколько готов покупать услуги; во-вторых, исследуя рынок; определить уровень цен на подобные услуги; в-третьих, предпринять сбор и обработку информации о возможных конкурентах, их услугах, о качестве, приемлемых ценах, объемах и условиях предоставления конкурентной продукции.

Таким образом, возрастающий спрос на конкретные коммерческие услуги и товары, предлагаемые учреждениями культуры, выступает обуславливающим фактором повышения цены, что соответственно способствует не только компенсации понесенных затрат, но и получению прибыли от этой деятельности. Например, в настоящее время устойчивым спросом пользуются услуги, имеющие для потребителя возможный экономический результат. Это, например, шоу-программы, ночные дискотеки, театрализованные зрелищные программы и

другое. Значительный объем социально-культурных и досуговых услуг для населения формируется за счет предпринимательской активности организаций культуры и досуга. Чем более деятельность конкретного субъекта культуры носит коммерческий характер, тем в меньшей степени ее персонал рассчитывает на финансовую помощь извне, но большей ориентируется на потребительский спрос.

Коммерческая деятельность учреждений культуры в современных социально-культурных условиях определяется личностными, творческо-производственными и общественными целями трудового коллектива, а также текущими задачами социально-культурной политики.

Ведущим фактором объективного свойства, оказывающим воздействие на систему коммерческой деятельности учреждения культуры, является социокультурная среда. Социокультурная среда – явление сложное, это прежде всего люди, которые пользуются услугами и товарами учреждения культуры, конкуренты, финансовые органы, рекламные организации, органы местного самоуправления. Кроме того, к социокультурной среде следует отнести уважение к действующему законодательству, к готовящимся законам, экономическую ситуацию района, региона, общественно-политический климат, национальные и культурные традиции.

Совокупность учреждений культуры входит составной частью в социокультурную среду как систему, находящуюся в постоянном изменении. Учет этих изменений – залог коммерческого успеха осуществляемых программ.

На рынке учреждение культуры выступает в двух ипостасях: в качестве продавца и в качестве покупателя. Самое главное, чтобы оно имело то, что можно предложить покупателю: культурно-досуговую программу, спектакль, концерт, цикл тематических вечеров, дней отдыха, занятия в секции, на курсах, результаты деятельности кружков, лабораторий и т.п., сувениры – изделия народных мастеров, картины художников-любителей и т.д.

Рынок существует, когда имеется возможность выбора услуг одного из конкурирующих учреждений культуры, которые предлагают одинаковые виды

услуг и товаров с различными потребительскими свойствами, учитывающими потребности различных групп населения.

Объем культурно-досуговых программки услуг, реализуемых за год, характеризует емкость рынка. Сколько бы учреждение культуры не предлагало платных услуг населению, в коммерции имеет значение только та часть, которая реализована. Проданные билеты, абонементы, товары и т.п. составляют емкость рынка. Товар – это продукт труда, произведенный для продажи. Учреждение культуры может производить для продажи, кроме указанных выше программ, праздники и театрализованные представления, дискотеки, видеофильмы, видеопрограммы, занятия в различных мастерских, на курсах, в студиях и многое другое.

В системе коммерческой деятельности учреждений культуры главную роль играет не столько товар, сколько сама платная услуга, возможность ее использовать, потреблять, то есть товар как средство, с помощью которого можно удовлетворять определенную потребность, например, взять на прокат видеокассеты. В то же время товар – это комплекс полезных свойств вещи. Поэтому он автоматически включает все составляющие элементы, необходимые для максимального удовлетворения нужд потребителя.

Таким образом, в понятие товара, произведенного учреждением культуры, входит не только изделие или услуги как таковые, но и все остальные составляющие, так или иначе представляющие товар перед покупателем и в конечном итоге оказывающие влияние на первую покупку или намерение сохранить приверженность товару, услуге.

Поскольку духовные потребности всегда динамичны, удовлетворенная потребность, обеспечив развитие, поднимает тем самым личность (группу, общество) на новую ступень, к новым, более высоким духовным потребностям. Коммерческая система ставит в основу производства услуг и товаров потребности личности покупателя-потребителя.

Однако развивать коммерческие услуги могут лишь те специалисты, которые умеют что-то конкретно делать, созидать для удовлетворения потребности других людей.

Отсюда формирование системы коммерческой деятельности в учреждении культуры может быть осуществлена исходя из спроса на -услуги-товары среди посетителей. В одном случае основанием служат категории обслуживаемого населения: дети, их родители, рабочие, творческая интеллигенция, руководители предприятия, специалисты народного хозяйства и т.д. В другом – это интерес человека к чему-либо, который рождает спрос на услуги.

Следующим важнейшим компонентом системы коммерческой деятельности учреждений культуры является ценообразование. Цены на услуги и товары учреждения культуры определяют на основе выяснения стоимости услуг в смежных отраслях и цен, устанавливаемых пропорционально рыночным.

В разработке ценовой политики обычно учитывают следующие моменты. Учреждения культуры конкурируют между собой в предоставлении населению однотипных услуг, не менее важно выбрать метод расчета цены на услугу, товар. Факторы, влияющие на уровень цены - это затраты на подготовку и проведение программы, услуг и величина спроса, цена на аналогичный вид услуги, товара, установленная конкурентами, транспортные издержки, налоги, реклама, стимулирование сбыта. Конкурентоспособность услуги, товара играет заметную роль в установлении цены.

В условиях учреждения культуры установленные цены могут быть изменены. Например, плата за обучение второго, третьего ребенка в семье во многих учреждениях культуры снижается до 50-70%, или существует скидка на серию услуг, бонусные скидки (постоянным покупателям), постоянные скидки для тех, в ком учреждение культуры заинтересовано. Скидка является коммерческой тайной и может достигать до 5-8%, а иногда и более.

Творческий характер работы учреждений культуры определяет возможность проявления таких оригинальных разработок, которые являются авторскими. Автором может быть одно лицо или группа специалистов. В условиях

введения нового хозяйственного механизма авторские права должны быть защищены. Пока правовая основа защиты авторских прав специалистов учреждений культуры отсутствует.

Среди принципиальных недостатков рыночной системы финансирования культуры следует выделить:

– неспособность обеспечения материальной базы для удовлетворения общественных культурных потребностей. Рыночная система не может создать культурную инфраструктуру, организовать важную для всего общества в целом программу;

– рыночный спрос всегда отражает некий усредненный вкус, ограничивая тем самым возможности "высокого" искусства. Рыночная система сама по себе, в "чистом" ее виде не в состоянии обеспечить необходимые условия для его поддержки, поэтому необходим спонсор в той или иной форме как обязательный компонент;

– рыночная система финансирования нарушает принцип общественной справедливости. Находящиеся в худшем материальном положении слои общества не располагают средствами для потребления культурных благ и услуг в учреждениях культуры. Здесь не меньшее влияние оказывают и психологические факторы, ведь в течение 75 лет услуги в учреждениях культуры были бесплатными.

Потенциальные преимущества государственной перераспределительной системы финансирования культуры заключаются в следующем:

– финансируется создание культурных благ и услуг, потребляемых всем обществом в целом, решение общественно важных задач, например, охраны памятников культуры, организации крупных событий культурной жизни страны и т.п. В таких случаях вообще вряд ли возможна какая-либо форма финансирования, отличная от централизованного, чаще государственного;

– уменьшается зависимость культурного потребления от уровня доходов, поскольку культурные ценности или услуги могут быть приобретены по доступной цене или получены безвозмездно любым гражданином.

В принципе дотация обеспечивает учреждениям культуры защищенность и в большей степени соответствует творческому характеру и общественному смыслу их деятельности, чем основанный на принципах рентабельности рынок. Давая определенную независимость творческой личности или учреждению от давления экономической необходимости, дотация помогает преодолеть кризис культуры.

Игнорирование роли покупательной способности населения в финансировании культурных благ, достигнув определенной черты, может привести к искажению культурной политики как таковой. Поэтому краеугольным камнем централизованного финансирования является идея обеспечения равных для всех граждан шансов в получении культурных благ. Однако легко убедиться в том, что факт распределения культурных благ и услуг безвозмездно или за чисто символическую плату сам по себе не увеличивает шансы тех, кто находится в тяжелом финансовом положении.

Важнейшим элементом организации коммерческой деятельности учреждения культуры является "паблик рилейшнз" - неличностное стимулирование спроса на товар, услугу или деятельность посредством внедрения новой идеи, реализованной на высоком качественном уровне. *Следовательно, в организацию коммерческой деятельности учреждений культуры входят следующие компоненты:*

- создание специальной структуры, которая может автономно заниматься коммерцией и координировать деятельность в других подразделениях;
- удовлетворение имеющихся потребностей определенных групп потребителей в тех или иных коммерческих услугах;
- создание новых рабочих мест за счет расширения коммерческой деятельности;
- предложение новых услуг и программ, удовлетворяющих растущие потребности людей;
- обеспечение оптимальной ценовой политики производимых программ и услуг;



– осуществление жесткого внутреннего учета и контроля, результатом которого являются разнообразные усовершенствования в предоставлении программ и услуг населению.

### **Тема 10. Реклама в СКД**

Реклама, как известно, это информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания спроса на них, а также популяризация произведений литературы, искусства, культуры, культурно-досуговых программ и др. Сложилось так, что в культурно-досуговой деятельности рекламе уделяется недостаточное внимание. На очень низком уровне рекламируется такая продукция учреждений культуры, как культурно-досуговые программы. Кроме того, возможности этих учреждений чрезвычайно слабо используются для рекламы товаров и услуг других организаций. Таким образом, деятельность учреждений культуры в области рекламы может быть сосредоточена на: рекламе произведений литературы, искусства, культуры; рекламе собственной продукции, товаров и услуг; рекламе товаров и услуг сторонних предприятий, организаций и фирм. Использование указанных направлений рекламной деятельности учреждений культуры поможет существенным образом поправить их материальное положение.

Следует подчеркнуть, что реклама функционирует по единым законам, но ее виды имеют свою специфику, обусловленную особенностями рекламируемых ценностей. История становления и развития культурно-зрелищной рекламы, эволюция ее содержания и формы помогают глубже разобраться в современных методах работы культурно-досуговых учреждений. При этом отметим, что реклама культурно-досуговых программ является одним из видов рекламной деятельности.

Реклама является понятием емким и многогранным. Прежде всего, реклама – это информация и коммуникация, от качества которых зависит ее действенность и эффективность, реклама – это инструмент, с помощью которого потребителю, клиенту или зрителю дается такая информация, которая побуждает

его приобрести рекламируемый товар. В этом заключается основное функциональное назначение рекламы.

Исходя из целевого назначения рекламы, ее можно условно разделить на *рекламу материальных и рекламу духовно-интеллектуальных ценностей и услуг*. К первой относится реклама потребительских товаров и средств их производства, ко второй – культурно-зрелищная реклама (афиша культурно-досуговой программы, спектакля, концертная афиша, киноплакат, выставочный плакат и т.д.), реклама информационной продукции и услуг, реклама идей. Культурно-досуговая деятельность относится к духовно-интеллектуальной сфере и в целом живет по ее общим законам, и потому, зная и учитывая специфику конкретной культурно-досуговой программы, можно успешно ее рекламировать.

Приступая к рекламе культурно-досуговых программ, необходимо:

- определить основной круг реальных и потенциальных зрителей или участников программы;
- охарактеризовать их по демографическим (возраст, пол), географическим (район проживания, тип местности, климат) признакам, по принадлежности к определенной социальной группе, уровню образования и культурных запросов, степени подготовленности к восприятию предлагаемых программ, уровню доходов;
- установить, есть ли конкуренты, и если есть, то в чем можно их превзойти;
- изучить историю создания творческого коллектива или организации, их планы на ближайшее время и на перспективу.

Необходимо сделать все это в письменном виде, а затем познакомить с проделанной работой весь коллектив и после обсуждения доработать эти исходные данные с учетом высказанных замечаний. Принятый в итоге исходный информационный материал будет использоваться в дальнейшей работе по рекламе, прежде всего в определении целевых групп воздействия рекламных обращений, а в итоге – каналов распространения рекламы.

Создание и распространение рекламы требует определенных затрат. Вот факторы, которые определяют рекламный бюджет:

- размеры охватываемой территории, то есть территории, где живут реальные и потенциальные зрители или участники предлагаемой программы;
- получаемая прибыль;
- затраты на рекламу конкурентов;
- финансовые ресурсы.

Не следует распределять всю сумму ассигнований на конкретные рекламные акции, а оставить часть средств на непредвиденные расходы.

Борьба за потребителя, клиента, зрителя на мировом рынке ведется не между материальными и духовно-интеллектуальными ценностями, предлагаемыми различными фирмами и организациями, а между их имиджами. Причем отсутствие сознательно созданного имиджа не означает, что он не сформируется в сознании потребителей, клиентов, зрителей. В результате он может оказаться совсем не таким, какой нужен производителю. На имидж, то есть образ организации, творческого коллектива, будет оказывать влияние вся организация рекламной деятельности, но начинается он с фирменного стиля, который воспринимается как гарантия высокого качества предлагаемых мероприятий и помогает закрепить желательное для его организаторов отношение к коллективу.

*Фирменный стиль* – это набор графических, дизайнерских, цветовых, словесных, типографских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство всей информации, исходящей от организации, ее внутреннего и внешнего оформления. Все элементы фирменного стиля в разных сочетаниях должны постоянно присутствовать в работе организации.

Имидж учреждения культуры, организации, коллектива должен:

- соответствовать реальному образу организации или коллектива, но несколько «подгримированному»;
- отличаться от образов других организаций или коллективов;
- оставаться достаточно долговечным, то есть не устаревать, не выходить из моды;

– быть привлекательным не для всех, а для выбранных целевых групп воздействия.

Чтобы достичь оптимального результата, надо четко сформулировать исходные данные для создания фирменного стиля.

Фирменный стиль – основное средство формирования имиджа. Он помогает реальным и потенциальным зрителям или участникам мероприятий находить рекламные обращения их организаторов среди потока информации. Эстетически привлекательный фирменный стиль помогает лучше воспринимать рекламные объявления, вызывает интерес к новым программам. Он повышает действенность рекламы и в итоге ее эффективность. Заказывать фирменный стиль надо профессионалам, предоставляя им необходимую исходную информацию: полное и точное название организации или коллектива; полный адрес, телефон, телекс, телефакс; основные направления деятельности; характеристика основных групп зрителей или участников мероприятий; основные рекламные средства, которыми организация планирует пользоваться, так как некоторые из них могут накладывать определенные ограничения на фирменную цветографику; основной круг понятий, который должен характеризовать имидж организации.

Основные понятия, которые должны характеризовать имидж: творческий подход к делу, крепкие традиции, уникальность, опыт, четкие планы и т.д. Подготовленный текст задания на разработку фирменного стиля должен быть утвержден руководителем организации или коллектива.

Фирменный стиль начинается с товарного знака или эмблемы фирмы. В данном случае речь идет об эмблеме культурно-досуговой организации или коллектива. Она может быть изобразительной, словесной, смешанной (комплексной) и объемной.

*Изобразительный знак* – это изображение одушевленных и неодушевленных объектов, символов (круг – солнце, треугольник – горы и т.д.), абстрактные изображения, орнаменты, художественно выполненные буквы и цифры, а также различные сочетания всех перечисленных элементов. В отличие от буквы и

других знаков в данном случае речь идет о знаках, символике и эмблематике, в которых закодированы более емкие и многогранные понятия. Требования, предъявляемые к символике, эмблематике и знаку в рекламе – легкая читаемость, точность воспроизведения, сочетание шрифтов и символов. Хорошо воспринимается знак легко читаемый, нарисованный без излишних украшений и усложненных форм.

*Словесный фирменный знак* – это название фирмы, определенным образом написанное. Словесный знак лучше воспринимается и запоминается, так как к зрению подключается слух. Графический фирменный знак или словесный, а также их сочетание называется логотипом.

*Графический знак, эмблема* – это символ, представляющий определенную досуговую организацию: клуб, парк культуры и отдыха, библиотеку, центр досуга, шоу, молодежное кафе и т.д. Он не должен отражать весь набор предоставляемых ею услуг. Логотип знакомит потенциального зрителя или участника программы с позицией, кредо организации, причем мгновенно, создавая у аудитории определенное настроение. Необходимо добиться того, чтобы эмблема отвечала следующим требованиям:

- простота, необходимая для мгновенного восприятия знака, наличие расчетов всех вариантов уменьшения и увеличения знака;
- индивидуальность (оригинальность): неэффективно прямое отражение вашей деятельности в знаке.

Зритель может соотнести его с определенной сферой деятельности. Например, автосервис – автомашина, обувной магазин – ботинок. Поэтому такие фирменные знаки не регистрируются;

- охраноспособность: необходимо, чтобы знак отвечал требованиям нормативных документов, иначе его не зарегистрируют. Оценить охраноспособность знака смогут лишь эксперты;
- адекватность и ассоциативность: знак должен соответствовать специфике организации и вызывать желательные ассоциации;

– функциональность: знак будет отвечать этому требованию, если он хорошо читается при значительном увеличении или уменьшении в газете, где полиграфические возможности ограничены, на плакатах, щитовой рекламе и во всех используемых средствах распространения рекламы. Необходимо проверить, легко ли определить, где у знака верх и низ, не станет ли он хуже смотреться, если его повернуть на 90 или 180 градусов, ибо зритель может случайно увидеть его в другом ракурсе;

– жизнеспособность: важно, чтобы знак со временем не устарел, не вышел из моды; необходимо предусмотреть в нем возможность модификации;

– звучность и легкость произношения: это требование относится к словесным фирменным знакам. В них не должно быть большого количества шипящих и свистящих согласных, гласные должны равномерно чередоваться с согласными. Это проверяется на слух. Но не всякое хорошо звучащее слово воспринимается визуально;

– смысловая нетривиальность: избегайте слов со стертым значением и с часто употребляемыми корнями. Они не охраноспособны.

Что предпочесть: графический или словесный знак? Если деятельность культурно досуговой организации сильно дифференцирована, лучше создать оригинальный словесный знак, ибо с помощью одного рисованного символа отразить это очень трудно.

Важным составляющим фирменного стиля является *фирменный шрифт*, которым будут набираться рекламные обращения. Он должен соответствовать содержанию и форме изображения. Каждый шрифт имеет свой пластический и ритмический строй, свои пропорции, свой стиль. Он участвует в раскрытии идейно-образного замысла художника и связан с задачами художественно-декоративного оформления.

Прежде всего, надо добиться, чтобы шрифт был удобочитаемым. Использование различных шрифтов в рекламных изданиях в пределах одного фирменного стиля может разрушить его целостный образ.

И, наконец, *цвет*. В рекламе необходим ведущий цвет, связанный с ее главной идеей. В композиции рекламного листа должен быть Цветовой центр, совпадающий со смысловым. При таком решении содержание рекламного обращения раскрывается мгновенно. Для привлечения внимания зрителей и выделения рекламы из окружающей ее пространственной среды используют контрастные цветовые отношения.

Цветная реклама зрительно активнее черно-белой в 2-3 раза. Разные цвета вызывают у человека различные настроения, существуют благоприятные (гармоничные, привлекательные) и неблагоприятные (негармоничные, отталкивающие) сочетания цветов. Читаемость зависит от цветового сочетания надписи и фона. Цвет оказывает сильное эмоциональное воздействие, делает рекламу более привлекательной, лучше запоминающейся, действенной и эффективной. Он служит для характеристики рекламируемого мероприятия, помогает привлечь внимание и удержать его в течение длительного времени.

Количество фирменных цветов и выбор конкретного цвета зависит от характера и специфики мероприятий, демографических и других характеристик целевых групп воздействия, особенностей психологии восприятия цвета.

Кроме графического или словесного знака необходим *слоган*: постоянный девиз, лозунг, кредо, призыв, рекламная формула досуговой организации. Слоган используется так же часто, как и фирменный знак, а в звуковой рекламе его заменяет. Слоган легко запоминается, так как воздействует не только на зрение как знак, не только на слух и эмоциональную сферу человека как название или цвет, но и на разум. *Критерии оценки слогана*:

1. Он должен отражать особенности имиджа организации и вызывать ассоциации с ее названием.

2. Рекламная фраза должна быть краткой, звучной, динамичной, правильной с точки зрения фонетики, то есть без неблагозвучных и трудных для произношения звукосочетаний, чтобы ее легче было запомнить. Удачные стихотворные слоганы очень редки.

3. Необходим учет психологических особенностей целевых групп воздействия. Для этого следует выяснить мотивы принимаемых зрителями или участниками программ решений, выбрать основной и воздействовать на него.

4. Не допускается возможность двоякого толкования слогана: он должен однозначно восприниматься на слух с первого раза.

Следующий этап в работе с рекламой – создание *рекламных обращений*. Текст – органическая часть рекламы, связанная с изображением, содержанием, местоположением, цветом. Лаконичный, емкий и точный по смыслу текст, который не повторяет то, что сказано рисунком, и является ярким по мысли, острым, запоминающимся, кратким, следует размещать в наиболее удобочитаемых местах листа.

Многословность противопоказана тексту в рекламе, но допустима, если это необходимо в функциональных целях. Текст рассчитан на моментальное восприятие, поэтому должен отличаться лаконизмом, доходчивостью, привлекательностью. Неприемлемо полное отсутствие текста в рекламе. Слово уточняет и дополняет смысл изображения.

Прежде чем приступить к составлению рекламного обращения, необходимо ответить на *следующие вопросы*:

1. Каковы цели рекламного обращения?

2. Целевые группы воздействия.

3. Каковы отличия рекламируемых культурно-досуговых программ от предложенных аналогичными организациями? Каковы каналы распространения, которые вы определите по категориям полезности и доступности?

*Принципы построения рекламного обращения и требования к нему:*

1. Выделение уникального предложения организации.

2. Наличие в обращении одной, максимум – двух основных рекламных идей.

3. Краткость рекламного текста. Чем текст лаконичнее, тем больше людей его прочтут и тем он дешевле. В то же время реклама должна быть по объему такой, какая обеспечивает ее действенность.



Создавая рекламное обращение, надо аргументировать свое предложение, выбрать верный тон, лексику, ориентированную на целевые группы воздействия. Не следует злоупотреблять непонятными терминами.

*Требования к дизайну рекламного обращения.* Его основные составляющие:

1. Размер и форма объявления.
2. Цветовые и шрифтовые акценты.
3. Различные типографские украшения, которые помимо эстетической нагрузки помогают разграничивать материалы для лучшего их восприятия и воздействия.
4. Пробельный материал, используемый как "воздух".
5. Иллюстрации: рисунки, фотографии, чертежи, схемы, графики, диаграммы и т.д., которые дают зрителю или потенциальному участнику программ представление о них.

Принятие решения что использовать (рисунок или фотографию), зависит от следующих факторов:

1. Рисунок дешевле и его легче подогнать под требования полиграфии, что особенно важно для газет.
2. Фотография вызывает больше доверия благодаря таким качествам, как наглядность, документальность, убедительность.
3. Выбор типа иллюстрации зависит и от моды.
4. Объем текста определяется с помощью здравого смысла.

*Макет* рекламного обращения определяется понятиями: сбалансированность, контрастность, пропорциональность, угол зрения и целостность восприятия.

*Сбалансированность* – это такая компоновка всех элементов обращения, при которой она хорошо смотрится и воспринимается.

*Контрастность* усиливает привлекательность и читаемость рекламного объявления. Она создается с помощью заголовков и подзаголовков, набранных более крупным шрифтом, сопоставления изобразительных элементов и т.д.

*Пропорциональность* – это количественная взаимосвязь частей и целого. Варьируя пропорциональные соотношения частей, можно форме придать динамику, статичность, напряжение, то есть явно выраженную эмоциональную окраску.

С помощью изобразительных элементов оформления художник может направить взгляд читателя в определенную сторону. Сбалансированность, контрастность и пропорциональность помогают создать впечатление целостности. Не повторяя сказанное в тексте, иллюстрация выполняет свою строго определенную функцию.

При построении рекламных обращений обычно используется композиция из четырех частей: 1. Слоган. 2. Зачин (небольшой текст, раскрывающий основную мысль слогана). 3. Информационный блок (основной текст, информирующий и аргументирующий предложение). 4. Справочные сведения: адрес, контактные средства связи и т.д.

Предложенное построение, естественно, носит условный характер. В слогане могут быть элементы зачина, а сам зачин отсутствовать. И все же эта схема построения рекламного обращения используется наиболее часто.

Слоган, с которого начинается рекламное объявление, желательно сделать коротким, не более 5-7 слов. Уже в слогане хорошо показать, чем привлекательна для зрителя предлагаемая культурно-досуговая программа. Язык слогана зависит от целевых групп воздействия и каналов распространения рекламного обращения. При создании слогана рекомендуется использовать различные формы иносказания: гиперболу, метафору, аллегория, сравнение и т.д.

Рекламное обращение должно убедить зрителя или участника культурно-досуговой программы в ее преимуществах. Решению этой задачи помогают следующие методы: ссылка на авторитет, свидетельство участника, логическая аргументация, эмоциональное воздействие. Следует привлечь внимание потенциальных зрителей, вызвать у них интерес, желание больше получить информации, и в итоге добиться результата - посещения ими рекламируемого мероприятия.

Каковы методы сбора сведений, необходимых для подготовки рекламного обращения, с чего и начинается его создание? Сначала составляется опросный лист. Вот примерный перечень вопросов.

1. Официальные реквизиты (полное название и адрес организации или коллектива – контактные средства связи).
2. Основные цели рекламной деятельности (поднятие престижа организации или коллектива; привлечение новых участников, зрителей, читателей).
3. Перечень предлагаемых программ.
4. Основные качества рекламируемых программ.
5. Особенности ваших предложений.
6. Перечень известных участников программ.
7. Иллюстративный материал для рекламных обращений.
8. Отзывы "престижных" участников ваших программ.
9. Рекламный бюджет.

На основе приведенного перечня вопросов следует составить опросный лист исходя из специфики деятельности конкретной организации и культурно-досуговых программ. Некоторые вопросы могут перекрещиваться, что помогает получить более точную информацию. Необходимо добиваться того, чтобы вопросы были точными, а ответы откровенными. Кроме аргументированного перечисления достоинств рекламируемых культурно-досуговых программ, желательно выделить то, что может привлечь внимание потенциальных участников. Заполненный опросный лист следует завизировать у руководителя организации или коллектива.

Таким образом, мы охарактеризовали основные рекламные понятия и методы работы, которые могут быть успешно использованы в рекламировании культурно-досуговых программ. Остается рекламная кампания. Это понятие включает целый комплекс форм, приемов в средствах массовой информации и других средствах распространения рекламы. Проведение рекламной кампании стоит дорого, и большинству учреждений культуры оно недоступно. Однако даже для того, чтобы осознанно выбрать лишь несколько самых эффективных

средств распространения рекламы, необходимо разбираться и в рекламной кампании, ее целях, формах и методах проведения. Особенно это важно знать тем коллективам учреждений культуры, которые могут себе позволить и хотят провести полномасштабную рекламную кампанию.

### **Тема 11. Технологии делового общения в сфере СКД**

Коммерческая деятельность учреждений культуры имеет свою специфику в общении. Общение – часть повседневной жизни в деловом мире. Под деловым общением понимаются служебные, официальные, партнерские контакты с обратной связью. *Цели* делового общения предполагают: заключение контракта, разрешение проблем, договоренность о чем-либо, изменение точки зрения собеседника, корректировку неправильной информации, увеличение дохода, рост личного влияния, служебный рост, приобретение новой информации. Успешное взаимопонимание людей в процессе совместной деятельности в учреждениях культуры предполагает опору на вполне конкретные модели поведения, которые характеризуются определенными правилами.

*Правила* – некие образцы поведения, определенные схемы, которые используются в любом виде деятельности. *Первое* правило связано с количеством: говори не больше и не меньше, чем нужно. Оно предписывает деловому партнеру нормы информации. Утаил информацию – есть риск остаться непонятым либо не достигнув своих целей, так как партнер вовремя не включился в совместную деятельность.

Уход от проблемы, подмена обсуждаемой проблемы другой – и партнер оказывается в положении проигравшего. «Забалтывание» наводит на мысль о неискренности партнера, вызывает недоверие, раздражение. *Второе* правило относится к качеству. Оно гласит: старайся не говорить неправду. Деловому партнеру нужно стараться говорить правду, дорожить «фирмой». В деловом партнерстве существует такое испытанное средство, как джентльменский договор. Суть его состоит в том, что партнеры добровольно договариваются о своих обязательствах в коммерческой деятельности. Принцип «ложь во спасение» не применим к деловому общению, так как однократная ложь ради сиюминутной

выгоды навсегда может испортить репутацию делового партнера. Вместе с тем следование принципу «всегда говори правду» также может повлечь нежелательный исход, поэтому и существует понятие «коммерческая тайна». Если по каким-либо причинам дать информацию нельзя, необходимо либо умолчать, либо объяснить, почему передача информации невозможна. Попытка оправдать ложь какой-либо необходимостью приводит к отчуждению в деловом партнерстве. Необходимо дать партнеру уверенность в своей надежности. Он не должен сомневаться в том, что его коммерческие тайны будут сохранены, а интересы обеспечены.

Правило *третье* опирается на принцип соответствия, т.е. на необходимость не отклоняться от темы. Потеря темы разговора неопытным партнером – довольно частое явление, связанное с волнением, эмоциональной неустойчивостью людей, делающих первые шаги в бизнесе.

Партнер сбивается на частности, теряет как нить, так и цель разговора. В деловом разговоре надо внимательно следить за ходом своего изложения и возражениями партнера. Опытный партнер может сознательно и преднамеренно увести в сторону предполагаемого конкурента. Этот прием хорошо известен, он носит название «подмена тезиса» и используется, когда партнер, будучи не в силах доказать выдвинутое положение, искусственно переключает внимание собеседника или слушателей на другой вопрос. *Четвёртое* правило стиля выражается в требовании логичности и последовательности. Ясность речи свидетельствует о хорошем знании своего дела. Умение говорить доступно о сложных и серьезных вещах, использовать точные характеристики продукта деятельности, уместно давать информацию в соответствующем ситуации тоне – все это относится и к другим правилам делового общения.

И, наконец, *пятое* правило: будь вежлив и тактичен. Вежливость предполагает точность и пунктуальность, соблюдение этикетных норм, то есть порядка представления деловых партнеров, форм приветствия, речевого этикета, проявления чувств. Следовательно, в деловом общении необходимо вписаться в образ делового человека, а это возможно, если образ представляемого партнера совпа-

дает с имиджем делового человека в манере говорить и слушать, одеваться, вести себя в соответствии с этикетными нормами. В деловом общении очень важно первое впечатление. Исследования психологов показывают, что формирование первого впечатления почти всегда означает отнесение партнером воспринимаемого лица к одной из групп людей в тех «классификациях типов», которые сложились у него в прошлом. В формировании впечатления о другом человеке участвует механизм проецирования, сопоставления с имеющимися у каждого из нас, независимо от того, осознается это нами или нет, эталонами. Чем значительнее цели делового общения, тем более деловой партнер озабочен своим имиджем. Стремление к созданию имиджа – мощный стимул внутренней работы личности. Имидж понимается как «целостный образ», в буквальном переводе с английского. Вместе с тем имидж не тождествен образу, он его фасадная часть. Тем важнее уметь использовать имидж как средство выражения своих достоинств. Привлекательный имидж – существенная профессиональная и личностная характеристика: он вызывает расположение партнера и повышает шансы на успех. Чтобы не разрушить ожиданий партнера, необходимо проявлять те личностные и деловые качества, которые способствуют деловому успеху.

*Имиджмент* (имиджирование) – ряд преднамеренно выстроенных моделей поведения. При этом избранная модель поведения (форма, образец) должна быть оправдана реальной ситуацией. Если между избранной моделью поведения и возможностями индивида, а также особенностями ситуации возникает разрыв, все попытки реализации модели поведения приведут как к внутреннему, так и к внешнему конфликту. Человек будет выглядеть нарочито, неестественно, манерно. Умелое использование модели поведения в своей жизненной роли – одно из основных требований имиджологии. Чаще всего к той или иной модели поведения прибегают политики: «садовник», «отец народов» и т.п. Характерной чертой деловой сферы общения является то, что партнеры выступают в официальных статусах, диктующих модель поведения и манеру общения.

Одна из первых характеристик делового человека – манера общения. Деловому человеку необходимо усвоить уверенную манеру общения, но без аг-

рессивности и попыток давления, доминирования. Уверенный в себе человек реализует право высказывать свою точку зрения. При этом уверенность в себе не допускает «сотрясения воздуха» ради проформы, когда партнер не слушает говорящего.

Уверенность – это способность оказывать позитивное влияние на других, частью – подход к жизни, частью – социальный навык. Уверенные в себе люди часто оценивают других как доброжелательных и расположенных к партнеру. Люди, не уверенные в себе, имеют обыкновение смотреть на других людей как на тяготеющих к холодности и не расположенных к ним. Не следует путать уверенность с агрессивностью. Агрессивный человек бывает слишком напористым, он часто пытается запугать других, нарушить их права. Существует термин «словесная агрессивность», когда партнер ставится в положение униженного. Отрицательно воздействует на партнера чрезмерная самоуверенность, высокомерие, амбициозность. Необходимо систематически анализировать свои амбиции, соотносить их с поставленными целями и собственными личностно-деловыми качествами.

При этом самооценка может быть адекватной, заниженной, либо завышенной. Человек с завышенной самооценкой может бесцеремонно прервать собеседника, бравировать своими деловыми успехами, проявлять категоричность. Эта попытка возвыситься за счет унижения делового партнера приносит, как правило, убыток тому, кто ею пользуется, создавая ему репутацию неуживчивого в деловом социуме партнера. Устойчивый жизненный тонус делового партнера проявляется, как правило, в виде доброжелательной манеры поведения, в то время как истеричность и нервозность свидетельствуют об обратном. Для того чтобы возникла доброжелательность в деловом общении, надо помнить, что доброжелательность так же заразительна, как и неприязнь. В общении ориентация на другую сторону обязательна. Это эталонное требование делового контакта.

В деловом общении необходимо добиваться взаимного уважения, а исходя из этого – добровольного признания личности партнера и его статуса. Этика

делового общения признает обязательным проявление уважения к каждому партнеру по общению. Положительная атмосфера общения, для которой характерны доброжелательность, внимательность, благородство, деликатность, тактичность, помогает усвоить эту манеру общения всем посетителям офиса, учреждения. Для посетителей и партнеров по общению эта атмосфера выражается в «эмоциональном комфорте».

В деловой жизни встречаются люди, с которыми неприятно общаться. Зная это, необходимо подготовиться к общению с теми, кто тяготеет к использованию социально отталкивающих моделей поведения. Такой человек выступает своеобразной «социокритической массой», провоцирующей конфликтные ситуации. Вульгарность, в частности, используется в общении для подавления партнеров, подчинения сослуживцев. Такая манера общения считается непродуктивной, так как подавляется деловая инициатива партнера.

Необходимо помнить о нормах проявления чувств в деловых контактах. Не следует бурно выражать свой восторг, «убивать» соперника иронией или сарказмом, так как при такой манере поведения следующего контакта может и не быть. Неприятное впечатление производят чрезмерная любезность и назойливая предупредительность, неуместна также фамильярность. Не следует утомлять партнера рассказами и жалобами на свои многочисленные болезни, неудачи, заботы. Манеру общения не надо путать с манерностью поведения, нарочитой демонстрацией «хороших манер», когда манерничавшему тяжело, а окружающим неприятно. Манера общения делового человека должна быть направлена на устранение негативного впечатления, а, следовательно, и негативных последствий делового общения. «Начните жить с надеждой на успех, концентрируйтесь на успехе», – советуют американские психологи.

Среди компонентов, образующих физический облик человека, определяющим успех деловой карьеры является его «внешнее оформление».

Этот компонент может говорить о деятельности человека (униформа), о его национальной принадлежности, служить дополнительным признаком возраста, свидетельствовать о вкусах и привычках. От оформления облика челове-



ка, следовательно, также зависит характер впечатления, складывающегося о нем. И, хотя деловая одежда – компетенция специалистов, не следует забывать о том, что, по мнению американских авторитетов в области деловой одежды, и мужчины и женщины как бы специально одеваются так, чтобы потерпеть провал по службе. При этом они допускают три главные ошибки: позволяют индустрии моды целиком определять выбор своей одежды, проявляют склонность к преувеличению собственной привлекательности, позволяют своему социальному происхождению влиять на манеру одеваться.

Среди черт, выгодно отличающих делового человека, – умение говорить.

*Речь* – важнейший информатор о личности делового партнера. Интеллигентность, круг общения, происхождение, уровень образования – обо всем можно судить по речи. Стилль речи является пропуском в высшие деловые круги. Множество людей привносят в деловое общение фразы, которые слышат на улице, в быту. Часто нарушаются правила произношения, нормы грамматики. Неуместно и старомодное красноречие, словесные «фейерверки» – речь должна быть естественной. Необходимо преодолеть скованность, научиться говорить свободно. Ясность речи достигается ее четкой логической структурой, когда то или иное положение подтверждается убедительными примерами, доводами, цифрами, выкладками о предстоящих расходах и доходах.

Важно, чтобы смысл слов говорящего был понят его партнером однозначно. Первым требованием является ясность, обеспечивающая доступность восприятия. Как правило, ясность – результат хорошего знания предмета разговора, профессионализма говорящего. Специалист культурно-досуговой деятельности должен досконально знать продукт деятельности, к примеру, режиссуру постановки культурно-досуговой программы от ее подготовки до продвижения от производителя к потребителю. Конкретность речи предполагает отсутствие расплывчатости, шаткости аргументов и неопределенности обязательств. Деловой партнер должен уметь оговаривать сроки, средства, исполнителей и условия, на которых заключается сделка. Человек, говорящий конкретно и определенно, производит впечатление надежности.

Точность речи означает уместное употребление слов, словосочетаний. Ясность и естественность речи – одно из главнейших условий, характеризующих атмосферу деловых переговоров. Краткость, лаконичность – большое достоинство речи. Краткость отражает суть момента, динамику времени, поскольку пространные рассуждения, банальности затрудняют деловые контакты. Речь делового человека должна быть отчетливой. Небрежная скороговорка, проглатывание звуков резко ухудшают качество восприятия как речи, так и самого делового человека. Считается, что эмоции могут навредить при деловом контакте, но это не совсем так. Эмоциональность на митинговом уровне в деловом общении неуместна и нелепа. Эмоции и чувства особый канал информации, тонкий инструмент управления слушателями для достижения деловых целей, именно поэтому фразы, произнесенные бесстрастным языком, серые по формулировке снижают престиж говорящего, лишают его возможности реализовать свои цели.

Чтобы придать речи определенную эффективность, следует освоить приемы речевого воздействия, среди которых одно из главных мест занимает расстановка акцентов на «главные слова». Прием этот состоит в том, что важные слова интонационно усиливаются, остальные произносятся в более высоком темпе, как бы бегло. Выделение одного из слов зависит от прогнозируемого результата разговора. В качестве средства воздействия используется и изменение тона голоса.

Темп речи делового партнера должен постоянно меняться. Это первостепенный по значимости прием выделения какой-либо мысли. Замедление речи на определенных смысловых единицах производит впечатление обдумывания сказанного. Быстрое произнесение фразы создает впечатление небрежного отношения к информации или ее малозначительности. Паузы в речи также используются как средство эмоционального воздействия на партнера. После паузы партнер ждет, что за ней последует, сосредоточивает внимание на информации. Иногда в речи возникают так называемые «поисковые» паузы, когда говорящий не сразу может подобрать нужное слово. Необходимо следить, чтобы такие паузы не заполнялись звуками типа «mmm», «эээ», причмокиванием и пр.

Злоупотребление паузой создает впечатление, что партнер теряется, не знает, что сказать или умалчивает о чем-либо. Выступая перед иностранной аудиторией, необходимо помнить о паузах, рассчитанных на переводчика. Особенно значима интонация речи, которая создается всем арсеналом пауз, темпом, но главное – мелодикой. По интонации можно судить о степени взаимного доверия деловых партнеров, с ее помощью выражаются неудовольствие, укор, и т. д. Если интонация и содержание речи не совпадают – это дополнительная информация о недоверии партнера, несоответствии смысла сказанного и намерений. Интонации делового человека должны быть естественны и ни в коем случае не форсированны. Антиподом богатой интонациями речи служит речь монотонная. При восприятии монотонной речи наступает состояние сонливости, возникает ощущение скуки и бессмысленности речи.

К негативным приемам речевого воздействия в деловых отношениях относятся вульгаризмы – неправильные по грамматической форме, а также нелитературные и грубые слова. Их надо полностью исключить из делового партнерства, поскольку они портят деловой имидж. Кроме того, использование «варварских» словесных оборотов не позволяет найти пути к взаимопониманию, возбуждает негативные эмоции, обиду, вносит в отношения партнеров момент неравноправия. В качестве приема речевого воздействия в отдельных случаях возможны эмоциональные восклицания, которые используются для того, чтобы восстановить внимание партнера, привлечь его к рассмотрению главной мысли, побудить к размышлению и оценке сказанного.

Наиболее сложным приемом речевого воздействия является экспромт. В деловом общении известны случаи, когда речь прерывается каверзным вопросом. Приоритеты принадлежат тем, кто умеет парировать или развенчать такой вопрос без подготовки и практически мгновенно. Гибкость ума, эрудиция проявляются в остроумном экспромте. Юмор в качестве речевого приема должен быть достаточно деликатным, умеренным, отличаться тонкостью и не оскорблять деловых партнеров, а действовать на присутствующих положительно. Юмор не должен превращаться в насмешку, сарказм, грубость. Шутка допус-

тима между равными по статусу партнерами. Юмор должен консолидировать людей, разряжать обстановку. Словарный запас делового человека дает представление о его личности.

Штампы и канцеляризм в речи, стандартизированные обороты казенного языка уместны в деловых бумагах, отчете, справке, а не в устной речи.

Канцеляризм в устной речи лишает ее яркости, индивидуальности, образности, придает ей сухость и шаблонность. Речь, засоренная штампами, вызывает представление о человеке, прошедшем жизнь в канцеляриях, маломобильном, с шаблонным мышлением. От подобного сорта людей не ждут инициативы, предприимчивости. Характерной чертой речи коммерсанта становится использование специальных терминов и профессионализмов. Приблизительное, неточное словоупотребление – свидетельство некомпетентности партнера. В то же время чрезмерное употребление специальных терминов затрудняет восприятие речи. Таким образом, речь – достаточно четкий критерий профессионализма. Устной и письменной речи любого человека присущ ряд индивидуальных особенностей: скорость, длина фраз, типичные конструкции предложений, использование прилагательных, глаголов, жаргонных слов, метафор, грамматические ошибки и оговорки, расстановка ударений. Стиль речи оценивается с точки зрения соответствия речевым эталонам.

Голос также является одним из компонентов облика и влияет на впечатление, производимое человеком на окружающих. От голоса во многом зависит, будут или нет слушать говорящего. Голоса различаются по высоте, тембру, силе, музыкальности и являются довольно тонким инструментом выражения состояния и некоторых других особенностей их владельцев. Психологи попытались установить соответствие между голосом и некоторыми чертами физического и психического облика человека.

В деловом общении реальное значение имеет узнавание голоса и различных его оттенков с целью установления эмоционального состояния партнера. Четко различимы не только состояния гнева, раздражения, но и сниженное настроение, тревога, апатия. Природная особенность хороших партнеров так же,

как и ораторов, дикторов, ведущих, состоит в том, что они блестяще владеют самым трудным и самым сложным умением – оставаться незаметными. Существует тип собеседника, делового человека, который все усилия направляет на то, чтобы показать себя (мимика, жест, выражение глаз и пр.), другой человек, как бы оставаясь незаметным, основной акцент переносит на содержание речи, живет им.

Важнейшим компонентом физического облика человека является лицо. Большинство людей в процессе общения чаще всего концентрируют внимание на лицах партнеров и больше всего на глазах. Значение лица в процессе общения определяется тем, что на нем расположены важнейшие дистанторецепторы, от лица исходит звук голоса. Сокращение лицевых мышц меняет выражение лица и сигнализирует о состоянии человека. Привычка смотреть на лицо партнера по общению и более или менее тонко отмечать смену его выражений развивается у человека постепенно, начиная с первых недель жизни. Умение «читать» выражения лица дает возможность предвидеть действия партнера и соответственно строить свое поведение. Человека принимают и оценивают по выражению лица. Если деловой партнер выглядит «несчастливым», озабоченным, растерянным, хмурым, собеседник сочтет, что это его действительное состояние. Лицо должно быть достаточно серьезно, совершенно недопустимо отсутствие всякого выражения.

Мимика – это разнообразные зрительно воспринимаемые состояния лица, определяющие его многоликость. Мимика – широко распространенный способ невербальной оценки, общения. Она способна передать всю гамму чувств при ведении деловых переговоров: сомнение, насмешку, иронию, пренебрежение, радость, удивление, сочувствие и сопереживание. Улыбка – наиболее прямой способ доказать партнеру предрасположенность к общению. Она помогает выглядеть дружелюбно и открыто. Искусственная улыбка возбуждает подозрение в неискренности намерений. Не следует в деловых контактах постоянно улыбаться – это неестественно. Выражение лица должно соответствовать характеру речи.

Взгляд человека также влияет на наше отношение к нему. Долгий пристальный взгляд ассоциируется с властностью, уверенностью в себе. Взгляд мельком – со стеснительностью. Взгляд, часто обращающийся к собеседнику, создает о его владельце более положительное впечатление, нежели беглый. Считается, что с помощью глаз передаются самые точные коммуникативные сигналы, поэтому имеет смысл иногда заглянуть в глаза деловому партнеру. Если человек нечестен или скрывает что-либо, то, по утверждению психологов, его глаза встречаются с вашими менее одной трети всего времени вашего общения. Если глаза партнера встречается с вашими более двух третей времени, это может означать одно из двух: либо вас считают очень привлекательным, либо к вам настроены враждебно. Не рекомендуется при этом отводить взгляд, опускать глаза (последнее воспринимается как признак раздавленности, проигрыша, неуверенности). Не следует смотреть в окно, поверх головы или поверх плеча говорящего – это может означать, что вам скучно. Не следует смотреть в пол, так как партнер может счесть вас невнимательным либо скрытым. Если ваш партнер опускает глаза, значит, вы слишком долго задержали на нем свой взгляд. Деловое общение не предполагает крайностей. Взгляд искоса ассоциируется с хитростью, неискренностью. Партнеру больше всего нравится прерывистый контакт взглядов. Это показывает заинтересованность собеседником, но не ставит его в неловкое положение.

Психологи стремятся выявить, как можно распознавать намерения человека также по жестам, позе, походке, осанке. Характерная для человека осанка является одним из компонентов его облика. Осанка – гармония различных положений, принимаемых деловым человеком. Осанка классифицируется как прямая, сутулая и сгорбленная, как вялая и бодрая. Давно замечено, что чем ниже статус человека, тем сильнее он сгибает» спину. Правильная осанка делового человека: мягко опущенные плечи, прямая, но не «деревянная спина», слегка втянутый живот, прямые в коленях, но не напряженные ноги, чуть согнутые в локтях руки, чуть поднятый, но не «задранный» подбородок.

Движения и поза делового человека – знаки, сигнализирующие о его качествах и даже помыслах. Существует подсознательное копирование позы одного делового партнера другим, называемое в специальной литературе «отзеркаливанием». Это средство, с помощью которого один партнер выражает солидарность с мнением другого. Копирование продолжается до тех пор, пока партнеры пребывают в согласии. «Отзеркаливание» – способ выражения симпатии. Позы связываются с определенными действиями и эмоциями: согласие, вопрос, сомнение, ожидание, печаль, нерешительность, отчужденность. Принимая располагающие к разговору позы, не следует увлекаться позированием, так как при этом вы будете выглядеть неестественно. Не следует ни горбиться, ни «напускать важности» – использовать намеренно замедленные и плавные движения. Напряженность и суетливость также излишни. Очень важен вопрос о дистанциях, которые должны разделять деловых партнеров.

Дистанции между говорящими для европейской культуры следующие:

- интимная зона (от 15 до 45 см), не используется в деловой этикете;
- персональная зона (от 45 до 120 см), эта зона разделяет партнеров, когда они находятся на официальных приемах, фуршетах и пр.;
- социальная зона (от 120 до 360 см);
- общественная зона (более 360 см), когда оратор адресуется к большой группе людей, то удобнее всего, комфортнее и для оратора, и для аудитории держаться на этом расстоянии, Деловой партнер должен пользоваться этим знанием, чтобы «держаться дистанцию», поскольку вторжение в несоответствующие зоны влияния не приветствуется. Итак, поза чаще, чем лицо, за которым современные люди привыкли следить, выдает настоящие переживания людей, их действительное отношение к деловому партнеру. Походка человека говорит о его характере, состоянии, роде занятий и пр. Индивидуальные варианты походки можно типизировать, выделив объединяющие признаки: ритм, скорость, давление на поверхность, длину шага, эластичность, определенность направления и его изменчивость. Походке может быть присуща большая или меньшая естественность.

Неестественность в походке появляется у человека в состоянии скованности, нервного напряжения. Темп ходьбы может быть замедленным или ускоренным, в нем, по утверждению исследователей, находит выражение особое состояние организма – экстра- или интравертность личности. В деловом общении нельзя недооценивать и роль жестов. Под жестами понимаются движения рук, используемые для передачи информации, выражения своего отношения как к информации, так и к партнеру. Жесты делового партнера могут быть интерпретированы, поэтому необходимо научиться постигать их информационное значение, верно ориентироваться в невербальных знаках. Особенности жестикуляции могут оказаться одним из оснований для выводов о качествах партнера, например, о суетливости, склонности к театральности и др. Внешне похожие жесты у людей, формировавшихся в разных культурно-исторических условиях, могут иметь неодинаковое значение. Например, русские, итальянцы и англичане используют разные прощальные жесты. Японцы и другие народы Азии, приветствуя, складывают руки перед грудью. Часто наблюдаемый по телеканалам «ноль», образуемый с помощью большого и указательного пальцев, в США означает «все хорошо», в Японии – деньги, в Португалии входит в категорию неприличных. Человек может жестикулировать как произвольно, так и непроизвольно. В состоянии эмоционального напряжения и конфликта возникают многообразные движения, выражающие смущение и беспокойство, а также разочарование, непроизвольные и неконтролируемые. При этом надо учитывать, что жестикуляция воспринимается нормально, если общение происходит на достаточно большом расстоянии. Если к жестикуляции прибегает собеседник, находящийся от партнера на расстоянии 1–1,5 метров, то даже умеренная жестикуляция производит неблагоприятное впечатление. За рубежом агенты по продаже специально обучаются применению и интерпретации жеста. Деловому человеку необходимо помнить, что пользоваться жестами нужно только в соответствии со смыслом фразы, в жесте не должно быть ничего искусственного. Хаотичность, порывистость, драматизм жеста сразу говорит о низком самообладании, самоконтроле.



Таким образом, знание правил делового общения, основных черт имиджа и манеры поведения для выпускника университета чрезвычайно важно в реализации своего профессионального мастерства.

### ***Раздел 3. Организация социально-культурной деятельности (СКД)***

#### **Тема 12. Самодеятельное художественное творчество в структуре СКД**

Важную роль в современном социокультурном процессе играет любительское художественное творчество. Это подтверждается анализом объема и форм проявления культурной инициативы артистов-любителей. Это особенно заметно в регионах, где художественно-творческая активность наиболее высока. Коллективы любительского творчества осуществляют свою деятельность на базе государственных, профсоюзных, ведомственных учреждений культуры, высших, средних специальных, средних учебных заведений, учреждений внешкольного образования и воспитания, воинских частей, предприятий разных форм собственности, общественных объединений, творческих союзов и др.

Согласно статистическим данным, в 2004 году в клубных учреждениях Беларуси действовало более 25 тысяч клубных формирований различной жанровой направленности. Наиболее распространенным являются вокально-хоровые, хореографические, театральные-драматические, инструментальные коллективы, а также любительские объединения и клубы по интересам различных направлений.

Основными принципами деятельности коллективов любительского художественного творчества являются добровольность, общность интересов, доступность, сочетание личной инициативы, организации и самоорганизации.

Важную роль в сохранении и поступательном развитии творческого потенциала белорусского общества играет созданная в предыдущие десятилетия и динамично развивающаяся система управления данной сферой. Структуру управления развитием народного художественного творчества составляют Министерство культуры Республики Беларусь, областные Управления культуры,

районные отделы культуры. Методическую и творческую помощь коллективам оказывают районные, областные научно-методические центры народного творчества и культурно-просветительной работы, Национальный центр творчества детей и молодежи, Белорусский государственный институт проблем культуры.

Пространство для занятий любительским художественным творчеством обеспечивается достаточно разработанной в республике нормативно-правовой базой. Ее основу составляет Закон «О культуре в Республике Беларусь». Он очерчивает правовое поле профессиональной и любительской художественной деятельности. Глава 5 Закона определяет виды, жанры и формы коллективов художественного творчества. Согласно определению, «любительским коллективом признается коллектив, который создается из физических лиц, совместно занимающихся художественным творчеством, как правило, на общественных началах, за исключением руководителя, который работает на профессиональной основе. Статус коллектива подтверждается паспортом любительского коллектива». В документе освещаются порядок создания профессиональных и любительских коллективов, управления ими, определяются права, перечисляются возможные почетные звания, уточняется порядок прекращения деятельности.

В пакет основных документов, регламентирующих деятельность коллективов любительского творчества, входят «Положение о самодеятельном коллективе художественного творчества в Республике Беларусь», «Положение о народном (образцовом) самодеятельном коллективе художественного творчества в Республике Беларусь», «Положение об аутентичном фольклорном коллективе в Республике Беларусь», «Положение о самодеятельном коллективе художественного творчества в РБ» рассматривает цели и задачи, содержание деятельности, руководство любительским коллективом, его финансовое обеспечение, прекращение деятельности. «Положение о народном (образцовом) самодеятельном коллективе» регламентирует порядок присвоения, подтверждения и лишения почетных званий.

В республике существует довольно разработанная система различных вознаграждений за творческие достижения – Государственные премии, спе-

циальные премии Президента в области культуры и искусства, премии профсоюзов.

Любители самостоятельно определяют направления своей деятельности, среди которых:

- общественно-культурные (клубы детей и подростков, женщин, ветеранов);
- историко-краеведческие клубы (клубы любителей всемирной истории, родного края);
- традиционной народной культуры (клубы любителей фольклора, декоративно-прикладного творчества);
- художественные (клубы любителей музыки, театра, кино, изо, поэтов, композиторов);
- спортивные и физкультурно-оздоровительные (клубы закаливания, спорта, клуб болельщиков);
- научно-технические (изобретателей, авиамоделирования)
- коллекционеров и антиквариатов
- семейно-бытовые (вязания, шитья, многодетных матерей).

На протяжении последних десятилетий сохраняет свои приоритеты в Беларуси любительское вокально-хоровое искусство. Состояние развития хоровой музыки характеризуют такие жанрово-стилистические особенности, как новая трактовка фольклора, влияние инструментального фактора, укрепление связей со смежными видами искусства, а также возрождение традиций духовной певческой культуры и ее современное художественное переосмысление. Одним из самых активно развивающихся направлений следует назвать эстрадное исполнительство. Притягательность этого вида искусства вызвана широкими возможностями для создания шоу-программ, подготовленностью публики к восприятию зрелищных программ, их популярностью в молодежной среде.

Во всех регионах Беларуси регулярно проводятся республиканские смотры, конкурсы, фестивали в разных видах и жанрах художественного творчества. С целью поддержки молодых талантов проводятся республиканские фести-

вали «Галасы дзяцінства» (Минск), «Зямля пад белымі крыламі» (Мозырь), «Халі хало» (Новополоцк), «Вясёлкавы карагод» (Гродно), «Песні юнацтва нашых бацькоў» (Витебск,), всебелорусские тэлефестывалі «Тэле-бом», «Сузор'е надзей», «Усе мы родам з дзяцінства», «Маладыя галасы», міжнародны фестываль юных талантаў «Залатая пчолка» (Клімовічы) і другія, фестывалі-конкурсы, рэгіянальныя празднікі, конкурсы і фестывалі.

Современное любительское хореографическое искусство включает в себя деятельность фольклорно-этнографических ансамблей, ансамблей народного танца, ансамблей и студий классического, бального, эстрадного и современного танца. Сегодня танцевальные коллективы существуют при дворцах и домах культуры, сельских клубах, центрах культуры и досуга, детских школах искусств, профессионально-технических училищах и учебных заведениях гуманитарного профиля, школах и гимназиях.

Среди наиболее известных в республике народные ансамбли танца «Белые росы» Республиканского центра художественного творчества детей и молодежи (руководитель А. Карпович), ансамбль-мастерская обрядового творчества «Спас» Минского колледжа искусств (руководитель В. Горелова), «Рунь» Дворца культуры текстильщиков Могилевского предприятия «Магатекс» (руководитель В. Попов), «Гомий» Гомельского городского центра культуры (руководитель П. Свердлов), детские коллективы «Комарики» Дворца культуры производственного объединения «Нафтан» (г. Новополоцк Витебской обл., руководитель Ч. Клячко), «Чабарок» Минского гродского Дворца детей и молодежи (руководитель Н. Дягель), «Лялечкі» Обуховского Дворца культуры Гродненского района (руководитель Н. Урюкина) и многие др.

Качественным показателем состояния любительского хореографического искусства Беларуси является широкая география концертно-гастрольной деятельности лучших коллективов, которые демонстрируют свое искусство не только перед белорусским зрителем, но и знакомят с неповторимой музыкально-пластической культурой белорусов жителей зарубежных стран – Франции, Германии, Польши, Голландии, Австрии и др.

Среди детей и молодежи возрастает интерес к изучению народно-бытовой хореографии. С 2001 года реализуется республиканский проект «Традиционная культура и дети», составляющими элементами которого является исследование и освоение региональных особенностей традиционной культуры детьми через комплекс мероприятий. Любительское инструментальное искусство развивают духовые оркестры, брас-шоу ансамбли, оркестры народных инструментов и ансамбли народной музыки, эстрадные эстрадно-симфонические оркестры, ансамбли старинной музыки, инструментальные ансамбли самого различного состава. По составу участников – это взрослые и детские коллективы. Преимущественно базой их деятельности являются музыкальные школы, школы искусств, учебные заведения, а также клубные учреждения различного типа.

В ряду проблем, тормозящих развитие любительских инструментальных коллективов – подготовка и повышение квалификации руководителей, обеспечение инструментарием.

Динамика художественно-творческого процесса очевидна и в развитии любительских театров. В репертуарной политике любительских театров наблюдается интерес к белорусской пьесе, освоение сложных драматических произведений зарубежных авторов. Одним из способов пополнения репертуара является инсценирование отечественных и зарубежных литературных произведений.

В структуру театрального любительства интенсивно внедряются малые театральные формы – театры миниатюр, сатиры, юмора, публицистики и другие. Укрепляется фольклорный театр. Изменяется возрастная структура любительских театров за счет молодых исполнителей.

В последнее время в Беларуси наблюдается интерес к освоению национального художественного наследия, чем объясняется чрезвычайно многослойное развитие фольклорного творчества. Идет активный процесс создания фольклорных музыкальных коллективов, работающих как в русле изучения и сохранения художественных первоисточников, так и активно перерабатывающих и «осовременивающих» фольклор. Значительный вклад в популяризацию фольклора преимущественно в молодежной среде вносят фолк-рок, фолк-

модерн коллективы, когда обращаются к традиционной народной инструментальной и вокальной музыке. Такие популярные коллективы, как “Троица”, дуэт “Яр” и другие, работают в стилистике folk-fusion (ф’южн – в пер. с англ. “смесь”) – синтез аутентического фольклора с современными музыкальными стилями (рок, блюз, джаз, кантри, рок-н-ролл и др.). Освоение аутентических фольклорных традиций является характерной чертой творчества некоторых детских коллективов.

Показателем расширения границ социально-культурной активности может явиться молодежное военно-историческое движение. Возникшее в середине 90-х в течение прошедшего десятилетия оно воплотилось в хорошо организованную систему, которой под силу создавать грандиозные зрелища, такие как фестивали средневековой культуры «Наваградак, 2000, 2002, 2004», «Старадаўні Нясвіж» (2003), «Белы замак» (г. Мінск), рыцарский турнир «Меч Гедыміна», (г. Мядзель, 2002), ежегодный «Люшыцкі фэст» в Минске. Эти мероприятия ярко и захватывающе пропагандируют средневековую историю. Срежиссированные ими постановочные бои, театрализованные поединки, сценические зарисовки из жизни и быта рыцарского сословия, концертные выступления трубадуров, менестрелей, минензингеров, участников хореографических групп часто становятся украшением различных светских мероприятий.

В рыцарских клубах молодежь не только реализует свой интерес к историческому прошлому, но и приобретает множество полезных навыков (в кузнечном ремесле, владении фехтованием, технологиях ручного изготовления одежды, музыкальном и хореографическом искусстве).

В республике накоплен интересный опыт деятельности объединений и клубов ветеранов. Их участников отличает удивительное трудолюбие, усердие, поддержка, взаимопомощь, умение преодолевать трудности и невзгоды. Об этом свидетельствуют их дела: многочисленные и многолюдные тематические вечера, посвященные Дню защитников Отечества, Дню Победы, юбилейные вечера белорусских писателей и поэтов, праздничные огоньки, выставки рукоделия. Участники ветеранских клубов поют, танцуют, декламируют любимые

стихи и сочиняют сами, делятся секретами кулинарного мастерства и садоводства.

Социально-культурное значение таких объединений чрезвычайно велико. Участие в них расширяет пространство личностного самовыражения людей с богатым жизненным опытом, создает атмосферу социальной защищенности, продлевает возраст творческой активности пожилых людей, чей значительный потенциал играет важную роль в передаче и закреплении положительного социального опыта у детей и молодежи.

Важную роль в формировании творческой социокультурной среды в регионах играют литературно-художественные объединения. Народный литературно-музыкальный клуб «Выток» (руководитель Казакова В. М.) создан в Лепеле с целью объединения творчески одаренных людей города, развития их способностей. Члены клуба – самодеятельные поэты, музыканты, композиторы, художники. Каждый месяц в клубе организуются интересные мероприятия. Их идеи возникают и обсуждаются на каждодневных встречах-заседаниях. Проводятся вечера, посещения инвалидов и престарелых, выезды с клубными программами в школы города и района. Около четырех десятилетий существует киноvideоклуб «Летопись» Толочинского РДК (руководитель Шнэйдэр А. А.). Его деятельность посвящена созданию летописи родного края, сохранению для истории зримых образов общественной и культурной жизни района. В результате работы членов клуба появляются кинопортреты, киноочерки, кинозарисовки о современниках, раскрываются злободневные темы сохранения традиционной культуры, экологии, фиксируется красота родной природы. В архиве клуба более 80 кино и видеофильмов.

Работа детских и подростковых клубов направлена на социальную адаптацию их участников в обществе, а также развитие художественного вкуса и творческой фантазии. Среди молодежи возрос интерес к участию в деятельности интеллектуальных клубов.

В последние годы все большую популярность приобретают семейные клубы. В такие клубы объединяются молодые пары, желающие сделать семей-

ную жизнь счастливой и увлекательной. Коллективы и клубы по интересам, которые достигли высокого исполнительского мастерства, изучают, возрождают и берегут региональные особенности белорусского вокального, музыкального, хореографического искусства, популяризируют произведения белорусских композиторов и мировую художественную культуру, регулярно выступают перед зрителями, участвуют в фестивальном движении, популяризируют национальное искусство за пределами страны, удостоиваются почетных званий «народный», «образцовый» любительский коллектив.

Актуальная форма поддержки любительского творчества — проведение различных фестивалей народного искусства, на которых наглядно демонстрируются достижения любительских формирований, прослеживается состояние, выявляются тенденции и проблемы их развития.

Задача фестивальной деятельности — не только создать праздник, обогатить зрителей и участников положительными эмоциями. Итогом прошедшего пятилетия стал Второй Всебелорусский фестиваль народного искусства «Беларусь — моя песня», посвященный 60-летию освобождения Республики Беларусь от немецко-фашистских оккупантов и победе советского народа в Великой Отечественной войне.

Мероприятия фестиваля включали концерты, спектакли, театрализованные представления, районные, городские и областные смотры-конкурсы любительского творчества, выставки народного искусства, многочисленные праздники и фестивали: VII республиканский фестиваль творчества ветеранских коллективов «Не старэюць душой ветэраны» (г. Минск).

Для примера, культурная жизнь Витебской области не ограничивается «Славянским базаром». Среди районных мероприятий — региональные праздники «Браслаўскія зарніцы», «Квітней, Глыбоччына», цель которых — возрождение народных традиций в новых социокультурных условиях, их пропаганда и развитие, международный фестиваль «Звіняць цымбалы і гармонік».

Фестивали народного художественного творчества — не только способ демонстрации достижений в определенных отраслях художественной культу-



ры, они отражают степень развития ее видов и жанров, призваны содействовать обновлению, сохранению, обеспечению преемственности лучших достижений культуры и искусства.

Значительная роль в процессе координации, организации, управления развитием любительского художественного творчества принадлежит областным научно-методическим центром народного творчества и культурно-просветительной работы, а также организационно-методическим структурам районного уровня. Перед управленческим звеном сферы культуры стоят серьезные и злободневные задачи формирования и реализации национальной культурной политики в сфере любительского художественного творчества. Наиболее важными являются:

- создание и поддержание материально-технической базы для развития любительского художественного творчества;
- стимулирование развития всех видов и жанров любительского художественного творчества;
- совершенствование кадрового потенциала;
- репертуарное обеспечение деятельности коллективов любительского творчества и многие другие.

Стратегия управления развитием любительского художественного творчества в Беларуси заключается в умелом сочетании стимулирующих и регламентирующих подходов, налаживании системы поддержки культурных инициатив населения, целевой поддержке жизненно важных для сохранения и приумножения культурного потенциала общества художественных явлений.

### **Тема 13. Сущность и функции массовых форм организации СКД**

Успех деятельности клубного учреждения зависит от того, насколько интересно и разнообразно содержание его деятельности. Содержание деятельности определяется: интересами и запросами аудитории; событиями, происходящими в стране и за рубежом; спецификой развития и проблемами региона, в котором находится клубное учреждение; обычаями и традициями, бытующими в данной местности; знаменательными и памятными датами в жизни общества;

календарём государственных праздников; годовым кругом народных праздников; уровнем профессионализма работников клубного учреждения, его материально-техническими и финансовыми возможностями.

Содержание деятельности должно обязательно облекаться в определенную форму.

*Форма* работы клубных учреждений – это способ реализации их деятельности, а также способы и приёмы организации клубной аудитории.

Массовые формы работы предполагают включение в действие большого числа участников (народные гуляния, балы, маскарады, шоу, дискотеки и др.).

При использовании различных форм работы необходимо учитывать одно непереносимое условие: форма должна соответствовать содержанию, чтобы оно могло раскрыться наиболее полно.

*Средства* – это инструменты, с помощью которых осуществляется социально-культурная деятельность, своеобразный «механизм» доведения содержания деятельности до аудитории. В неразрывной связи с формами и средствами находятся методы.

*Методы* – это пути достижения поставленной цели, способы и приёмы практической реализации деятельности. Первая группа методов, используемая при осуществлении культурно-досуговых программ – метод иллюстрирования, метод театрализации, метод игры. Предназначение этих методов – предельно донести информацию, заложенную в программе, добиться эмоционального восприятия действия и включить в него аудиторию. Можно обратиться к самым современным формам, методам и средствам работы, использовать всё многообразие средств, но если не знать во имя чего и в какой логической последовательности действовать, то в итоге вряд ли можно достигнуть положительного результата.

Социально-культурная деятельность – это деятельность, направленная на создание условий для наиболее полного развития, самоутверждения и самореализации личности в сфере досуга. Она включает в себя все многообразие проблем по организации свободного времени: общение, производство и усваивание

культурных ценностей и т.д. Особенности социально-культурной деятельности заключаются в том, что она осуществляется в свободное время; отличается свободой выбора, добровольностью, активностью и т.д.; характеризуется многообразием видов. В понятие «социально-культурной» деятельности входят следующие принципы: принцип приоритета общечеловеческих интересов над классово-сословными в процессе освоения духовных и нравственных ценностей; принцип всеобщего массового культуротворчества, самоорганизации, самоутверждения личности как доминирующего признака; принцип гуманизации содержания и всего воспитательного потенциала, их всеобъемлющего подчинения интересам, потребностям и установкам личности; принцип диалектического единства и преемственности культурно-исторического, социально-педагогического и национально-этнического опыта, традиций и инноваций пая среда жизненно необходима для человека, для его повседневной деятельности. Социально-культурная деятельность обладает выполняет развивающую, информационно-просветительскую, культурно-творческую и рекреационно-оздоровительную функции.

К числу важнейших компонентов методики социально-культурной деятельности относятся формы деятельности учреждений элементов функционирования учреждений культуры, компонент социально-культурной деятельности.

Содержание деятельности должно обязательно облекаться в определенную форму. Формы работы клубных учреждений – это способы и приемы организации клубной аудитории.

По способам реализации содержания клубной деятельности различают лекции, беседы, диспуты, вечера вопросов и ответов, дискотеки и шоу-программы, и т.д.

В зависимости от способов организации социально-культурной деятельности – клубной аудитории – формы бывают индивидуальные, групповые и массовые.

### *Индивидуальные формы:*

– беседы: в обыденном смысле – литературная или театральная форма устного или письменного обмена в разговоре между двумя и более людьми; в философском, и научных смыслах – специфическая форма и организация общения, коммуникации. Традиционно противопоставляется монологу;

– консультации: объяснение, разъяснение каких-либо понятий. Ответы на вопросы.

### *Групповые формы:*

– лекции: устное систематическое и последовательное изложение материала по какой-либо проблеме, методу, теме вопроса и т.д.;

– встречи: это хорошая возможность организовать людей в определенном месте, пообщаться, обсудить и проанализировать ситуации, проблемы и успехи;

– тренинги: метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков, и социальных установок.

### *Массовые формы:*

Праздники: день торжества, установленный в честь или в память кого-нибудь, чего-нибудь. День или ряд дней, отмечаемых церковью в память религиозного события или святого. Выходной, нерабочий день. День радости и торжества. День игр и развлечений. Праздник является особым элементом в структуре социального времени. Главная функция праздника – социокультурная интеграция той или иной общности людей.

Семинары: форма учебно-практических занятий, при которой учащиеся (студенты, стажеры) обсуждают сообщения, доклады и рефераты, выполненные ими по результатам учебных или научных исследований под руководством преподавателя.

К групповым формам работы относятся также клубные объединения – кружки, коллективы самодеятельности художественного творчества, а также мероприятия, носящие камерный характер.

Понятие формы применительно к деятельности учреждений культуры также имеет различное значение. Прежде всего, форма является выражением

содержания культурно-досуговой деятельности. Под формой понимают также структурное оформление отдельных документов (форма плана, форма сметы доходов и расходов, форма статического отчета и деятельности учреждения культуры, форма афиши и т.д.). И, наконец, формами называют способы организации социально-культурной деятельности.

Под формами – программами социально-культурной деятельности следует понимать способы и приемы организации людей в социальных учреждениях, по месту жительства в целях доведения до них определенного содержания.

Во взаимодействии с понятием формы социально-культурной деятельности, большое значение имеет рассмотрение понятия «методы социально-культурной деятельности».

Слово «метод» греческого происхождения и в переводе означает «способ познания, исследования или практического осуществления чего-либо».

Методы социально-культурной деятельности применяются в работе учреждений культуры и досуга с целью эффективного использования популярных у населения форм и средств организации свободного времени. Существует большое разнообразие в подходе к классификации педагогических методов.

Для социально-культурной деятельности представляет интерес классификация, предложенная профессором Новаторовым. Он предлагает следующую структуру методов социально-культурной деятельности.

*Методы учебно-познавательной, самообразовательной деятельности:*

– работа с литературными источниками, изучение материалов прессы, взаимный обмен информацией, дискутирование по поводу услышанного и прочитанного;

– изложение или рассказ лектора, пропагандиста, обозревателя, политинформатора, просмотр слайдов, учебных плакатов, структурно-логических схем, видеофильмов, телевизионных передач, кинофильмов и т.п., а также их показ, демонстрация специалистами культурно-просветительных учреждений или самими участниками мероприятий;

– упражнение (главным образом в кружках, студиях, народных коллективах, музыкальных классах и т.д.);

– иллюстрация (использование введений искусства или их фрагментов при проведении массовых мероприятий);

– театрализация (уподобление документального, жизненного материала производству искусства, его художественное обобщение).

*Методы формирования сознания личности:*

– убеждение (доказательство какой-либо идеи путем обращения к научным фактам и аргументам);

– внушение (авторитетное заявление или заключение, рассчитанное на некритическое его восприятие одним человеком, их группой или массовой аудиторией);

– пример (обращение к позитивному или негативному опыту других людей, побывавших в ситуациях, подобных рассматриваемым сейчас).

*Методы организации деятельности и формирования опыта общественного поведения:*

– практическое задание, вовлечение в деятельность, индивидуальное поручение, педагогическое требование, соревнование, наставничество, выдвижение почина и его поддержка другими и т.д.;

– методы стимулирования общественного поведения и культурно-досуговой деятельности;

– моральное поощрение (награждение дипломами, грамотами и т.п.), материальное поощрение, (награждение памятными подарками, сувенирами, призами и т.п.), общественное порицание.

Приведенная классификация методов довольно условна. В социально-культурных институтах рассмотренные методы чаще всего используются не изолированно, а в тесном контакте между собой и варьируются в зависимости от основных целей и задач, поставленных перед организаторами досуга и контингента посетителей.

Таким образом, анализ основных подходов к изучению методов социально-культурной деятельности позволил сформулировать следующее определение. Методами социально-культурной деятельности являются пути и способы воздействия на аудиторию, при которых наиболее полно достигаются намеченные результаты.

Изучение форм и методов социально-культурной деятельности позволило нам прийти к следующим выводам. Современная технология социально-культурной деятельности характеризуется большим разнообразием форм и методов организации досуга. Приоритет учреждений культуры и досуга сегодня направлен на развитие региональной культурной политики и целенаправленную поддержку культурных инноваций. Технологические инновации обладают огромным педагогическим и культурологическим потенциалом, будучи воплощенными конкретными методами и содержательными формами социально-культурной деятельности, они способствуют не только развитию личности, но и противостоят девальвации культуры.

#### **Тема 14. Особенности организации и проведения массовых форм в СКД**

Культурно-массовое мероприятие – одно из самых популярных и эффективных форм культурной деятельности молодежи. По уровню и существующим формам мероприятий можно судить о политической, экономической и духовной жизни не только молодежной социальной группы, но и всего общества в целом. Изучение массовых мероприятий позволяет утверждать, какие тенденции преобладают в данный момент в культуре: охранительные, консервативные тенденции или же стремление к переменам, позволяет судить об отношении данной социальной группы к своим традиционным, фундаментальным культурным ценностям.

*Массовые мероприятия – виды, цели, задачи*

В последнее время в стране активно развиваются многочисленные виды и жанры массовых мероприятий. Это обусловлено непрерывно возрастающим культурным уровнем молодежи, необходимостью общения и более организо-

ванного проведения досуга. Сегодня главным направляющими деятельности организаторов массовых мероприятий является организация содержательного свободного времени, удовлетворение их разнообразных интересов, воспитания патриотизма и гражданственности.

*Массовое мероприятие*—это особенное социальное явление, открытое для всех желающих, проведение которого связано с особенными событиями в культурной, общественной и политической жизни страны. Массовое мероприятие—это большое сосредоточение людей, объединенных одной идеей, целью, эмоциями. Массовое мероприятие—это, заранее спланированное собрание людей, определенное по месту, времени, количеству участников и проводимое в соответствии с действующим законодательством.

Любое массовое мероприятие имеет цель и задачи. Цель мероприятия — это спланированный результат мероприятия, который достигается по его окончанию. В ходе проведения мероприятия определяются и реализуются задачи, которые способствуют более эффективному и полному достижению цели. В зависимости от поставленных целей и задач, массовые мероприятия подразделяются:

- Спортивные мероприятия

Целью таких мероприятий является формирование у молодежи здорового образа жизни.

Задачами мероприятия—достижение результатов в спорте, воспитание высоко—духовных качеств личности, поиск наиболее одаренных спортсменов и т.д.

Формы спортивных мероприятий — разно уровневые соревнования в различных видах спорта, спартакиады, олимпиады, эстафеты, марафоны, походы.

- Мероприятия политического характера

Целью политических мероприятий становится прямое привлечение граждан к деятельности партий, движений или организаций.



Задачи – создание положительного образа партий, формирование повышенного внимания и личной заинтересованности к работе партий и организаций, достижение определенных результатов этой работы.

Формы политических мероприятий – шествия, демонстрации, собрания, акции, пикеты.

- Рекламно-коммерческие мероприятия

Цель таких мероприятий – получение максимальной прибыли и успешное продвижение новых товаров на рынке сбыта.

Задачи – раскрытие положительных качеств товаров, их сущности и возможности, показать потенциальному покупателю необходимость владения этими товарами.

Формы рекламно-коммерческих мероприятий – ярмарки, выставки-продажи, рекламные акции, презентации.

- Религиозные и духовно-просветительские мероприятия

Цель религиозных и духовно-просветительских мероприятий – знакомство с основами православной, мусульманской, буддийской, иудейской культур; основами мировых религиозных культур и светской этики, воспитание бережного отношения к историческому и культурному наследию.

Задача – формирование чувства любви к Родине, району, селу, школе на основе изучения национальных культурных традиций и исторических ценностей.

Формы религиозных и духовно-просветительских мероприятий- религиозный праздник, в который включены культовые обряды и ритуалы, собрания и тематические лекции.

- Деловые мероприятия

Чаще всего деловые мероприятия – это имиджевые мероприятия. Цель деловых мероприятий – формирование положительного образа компании.

Форма деловых мероприятий – деловые встречи, приемы, собрания, заседания и т.д.

- Культурно-массовые мероприятия

Цель культурных массовых мероприятий – организация содержательного свободного времени молодёжи, удовлетворение её интересов путём проведения различных форм культурно-массовой работы, направленной на повышение воспитательных функций досуговой деятельности.

Задачи культурно-массовых мероприятий формулируются в зависимости от тематической направленности, но в основе своей базируются на принципах национально–патриотического и нравственно-эстетического воспитания.

Задачи – приобщение молодого поколения к ценностям традиционной национальной и мировой культуры, возведение базиса личностной культуры, формирование гражданских качеств.

Формы культурно–массовых мероприятий – это праздники, зрелища, театрализованные представления, фестивали, смотры-конкурсы, слеты, агитбригады, тематические концерты, игровые и танцевальные программы.

#### *Характерные особенности культурно-массового мероприятия*

Культурно-массовые мероприятия – это заранее спланированное мероприятие, которое проводится согласно действующему законодательству и носит характер праздника. В нем определено место, время проведения и количество участников.

Характерными особенностями культурно-массовых мероприятий являются:

- Планирование и организация культурно-массового мероприятия.

Нельзя назвать мероприятием спонтанное и случайное действие толпы. Оно не имеет целей, задач, неопределенно по форме и содержит угрозу для окружающих.

- Место проведения культурно-массового мероприятия.

Мероприятия под открытым небом проводятся в местах, подходящих для сбора большого количества народа и в соответствии с правилами техники безопасности. Местами для проведения мероприятий могут быть парки, скверы, стадионы, площади, улицы с временно ограниченным или полностью перекрытым движением транспорта, природные ландшафты. Часто в праздничное про-

странство включены историко-культурные сооружения – памятники боевой и военной славы, монументы, современные и исторические архитектурные строения. Иногда для усиления образности в праздничном пространстве мероприятия используется специфика ландшафта – водоемы, возвышенности, склоны (эффект амфитеатра), возможности естественного освещения, погодные условия и даже природные явления (восход и закат солнца, «белые ночи», «северное сияние»).

Остальные мероприятия проводятся на базе культурно-досуговых, историко-культурных учреждений, спорткомплексов, в помещениях учреждений образования.

- Проведение культурно-массового мероприятия в ограниченном, организованном пространстве.

Для проведения массового мероприятия должны быть определены границы праздничного пространства, особенно, если праздник проводится под открытым небом. В рамках этих границ отводятся места для одной или нескольких концертных площадок, планируются площадки для игр, танцевальных программ, зон отдыха и др. Вне границ праздничного пространства массовое мероприятие не проводится.

- Ограничение во времени культурно-массового мероприятия.

Мероприятия, имеющие четкие временные границы, чаще всего, проводятся в помещениях, где зрительская аудитория размещена со строгим планом на специально предназначенных участках, и все её перемещения прогнозируются, планируются и контролируются. Например, проведение концерта, на который зритель приходит в определенное место, указанное в приглашении. Пребывание и перемещение зрителя в культурно–досуговом учреждении регламентируется: отводится время на посещение гардероба, на организованный вход в концертный зал, рассадку. Сама длительность концерта запланирована организаторами мероприятия исходя из хронометража отдельных номеров и реприз ведущих.

Массовые мероприятия под открытым небом имеют начальную временную границу. Конечная граница может передвигаться, как в сторону увеличения, так и уменьшения. Если в ходе мероприятия достигается положительный эмоциональный и психологический эффект, посетители праздника с удовольствием участвуют во всех, предложенных организаторами, праздничных аттракционах.

- Планирование с учетом количества участников.

Слишком малое количество зрителей и участников говорит об организационных просчетах. Например: выбор неудачной формы или темы мероприятия, неудобное место и время проведения, недостаточная техническая подготовка (отсутствие транспортной доставки зрителя), неправильное определение целевой аудитории, несогласование мероприятия с другими организациями и службами и т.д.

Скопление народа на массовом мероприятии, превышающее запланированное число зрителей, может стать негативным фактором, влияющим на состояние безопасности самих зрителей, участников, артистов и случайных прохожих. Избыточное количество зрителей может привести к давке в зрительном зале.

- Целевая аудитория.

Организаторам необходимо сформировать собирательный образ зрителя: его возраст, социальный статус и прочие специфические особенности. Важно определить, что может стать объединяющим фактором для аудитории – проживание в одном городе, учеба в одном заведении, общие культурные традиции, событие и т.д. Знание и понимание людей, которые придут на мероприятие, поможет наиболее точно сформулировать цель любого его действия, подскажет пути достижения этой цели, поможет найти наиболее точный язык образов, понятных адресату.

Если мероприятие посвящено молодежи, необходимо сформировать обобщенный образ этой социально-демографической группы населения. Молодежь делится на группы с характерными для них возрастными, социально-

психологическими особенностями, социальными ценностями и интересами. Но при этом молодежь легче поддается манипулированию, в ней не сформированы устойчивые представления и убеждения, политические взгляды и предпочтения. Несмотря на отсутствие, опыта, молодёжь представляет собой наиболее грамотную часть общества. По своим психологическим и возрастным характеристикам она расположена решать задачи не только текущего дня, но и будущего. Она способна наследовать умения лучших традиций предыдущих поколений и пополнять их собственным творчеством.

Разнообразие интересов молодежной аудитории предполагает такое же разнообразие современных культурно–массовых мероприятий.

Современные формы проведения массовых мероприятий.

В настоящее время в белорусском обществе накопилось достаточное количество практического опыта в области проведения массовых мероприятий, сложились определенные культурные традиции, сформировались основные структурные формы и приемы проведения мероприятий.

Существует крупномасштабные и маломасштабные культурно - массовые мероприятия.

К крупномасштабным мероприятиям относятся: праздник, массовое зрелище, орнаментально-декоративное зрелище, сюжетно-образные и театрализованные представления.

К маломасштабным мероприятиям относятся церемониальные и ритуальные шествия.

Чаще всегда встречаются мероприятия, имеющие особую праздничную атмосферу, являющиеся праздником.

Праздничная культура общества всегда была важной составляющей государственной идеологической политики. Использование богатейших традиций праздничной культуры оказывает непосредственное влияние на общественное мнение, определяет новые направления развития социума, преобразовывает духовное пространство страны.

Праздник (культовая игра по поводу определенного события) предполагает инициативу и импровизацию (участие зрителей).

Массовый праздник – это многогранное социальное явление, отражающее исторические, экономические и художественные ценности народа, способствующие духовному развитию человека, формированию его как личности.

Праздник подразумевает присутствие и участие группы людей, способных на коллективное сотворчество. Праздник возникает там, где существуют духовные связи между людьми, основанные на общих культурологических интересах.

В празднике отражаются как вещественные, так и духовные достижения общества, уровень общественного сознания, мировоззрения, морали, эстетических вкусов и т.п.

Таким образом, праздник – это социально–художественное явление, отражающее жизнь человека, его общественное событие.

Праздники бывают: художественные, спортивные, массово- политические, развлекательно-игровые и состязательные. В зависимости от форм проведения, праздники оказывают воздействие на участников в нравственно–эстетической сфере и повышают их социальную активность.

Существует разнообразное количество типов праздников, сочетающих в себе традиционные обрядово-ритуальные, игровые элементы, современные потребности социально-трудовой жизни населения, художественный вкус и процессы общения.

Создание настоящего праздника – это искусство, и, в первую очередь, организационное искусство. Массовые шествия, включающие в себя пластические композиции, гимнастические маневры, танцы, хоровое пение, движение огромных конструкций с великолепным оформлением и спецэффектами – все это превращает праздничное действо в художественно–организационное произведение.

Для создания праздничной ситуации необходимо событие, на основе которого выстраивается идеологический базис праздника, желание народных масс

откликнуться на это событие, а также талантливые организаторы, способные внедриться в массы и руководить ими так, чтобы естественный порыв масс, с одной стороны, и замысел руководителей, с другой, сливались между собой.

Схематично праздник можно представить, как движение от малых периферийных очагов к символическому центру, где произойдет кульминирующее событие, с последующим волнообразным оттоком действия от центра к периферии.

В схеме праздника может быть более одного кульминационного, или основного события. Основные события проводятся на локальных площадках и имеют в своем максимуме форму «массового зрелища», а в минимуме — «театрализованного представления».

Массовое зрелище всегда вписывается в ограниченную сценическую площадку. В массовом празднике участники сами выбирают интересный для них объект, а массовое зрелище сосредоточивает внимание зрителей на заданном объекте и имеет заранее predetermined лимит времени.

Зрелища могут быть разножанровыми (цирковыми, эстрадными), не связанными сюжетом и темой. Зрелище разделяется на зрителей и актеров, участвующих в нем.

Массовые зрелища могут проходить на открытых сценах, сценических площадках, лестницах, парковых каскадах, вокруг фонтанов. Иногда сценической площадкой служит плавающая платформа. При проведении зрелища под открытым небом декорациями являться сама природа.

Все массовые театрализованные представления на открытом воздухе делятся на две группы:

- Орнаментально-декоративные зрелища.

Им характерны яркие краски, богатые костюмы, сложные фигурные перестановки больших масс участников, которые создают калейдоскоп цветных орнаментов, фейерверк, множество светоэффектов. Эти развлекательные зрелища, построенные на чистоте линий, четкости перестановок, синхронности движений, гармонии цвета, света и звука. Акцентируют торжественность момента,

пробуждают у зрителя светлое оптимистическое мироощущение, воодушевляют и впечатляют его

- Сюжетно-образные зрелища.

Суть их заключается в том, чтобы средствами массового театра создать публицистический, образный, аллегорический спектакль на открытом воздухе. К таким театрализованным представлениям относятся и мемориальные представления на ритуальных площадках больших скульптурных комплексов. В них кульминационной частью является обязательное ритуальное действие, как носитель основной идеи самого зрелища. Например, проведение сюжетно-образных представлений, посвященных годовщине Дня города. День города – это серия мероприятий различных форм, включающих крупные представления и зрелища, проводимые на центральных городских площадках, в которых предполагаются не только спортивные состязания, но и эстрадно-концертные, ритуально-обрядовые действия. Используя выразительные средства спорта и искусства, в действиях могут участвовать реальные герои прошлого и настоящего, разворачиваться конкретные исторические события. Зрелища, включающие спортивно-художественные представления, способны более тонко и глубоко решать тематические задачи всего праздника, раскрывать суть события, создавать художественный образ города-юбиляра.

Таким образом, массовые праздники и зрелища в своей структуре содержат представления, ритуалы, обряды, спектакли, состязания, парады, шествия, которые, вне зрелища могут существовать как самостоятельные жанровые единицы.

Театрализованное представление – самая крупная форма современного массового зрелища. Оно проходит как сценический спектакль, стадионное спортивно-художественное и театрализованное представление на открытом воздухе.

Театрализованное представление («шоу») создается на основе сценария и имеет свою четкую идейно-тематическую основу. В представлении путем театрализации воплощается и преподносится в художественной форме та или иная



идея. В связи с чем, получило название – драматургия театрализованных представлений.

Слово «театрализация» означает привнесение в реальное жизненное пространство каких-либо художественных элементов, для более сильного воздействия на публику.

Театрализованные представления делятся на виды: агитационно-художественное представление, литературно-музыкальная композиция, тематический вечер.

- Агитационно-художественное представление – это театрализованное представление, проводимое театрально-художественными средствами в виде агитации и пропаганды.

- Литературно-музыкальная композиция – это один из видов театрализованного представления, где органически сочетаются литературно-художественные и музыкальные элементы для целенаправленного и наиболее продуктивного воздействия на ум и чувство зрителя.

- Тематический вечер (программа) – это сценическая композиция с предельно конкретизированным, документальным сюжетом, с реальными, а не вымышленными героями.

Театрализованное представление в настоящее время большая редкость, так как требует больших постановочных затрат и организационных усилий. В форме театрализованных представлений проходят крупномасштабные новогодние мероприятия для детей во дворцах культуры разных регионов страны.

Тематический вечер, тоже в последнее время видоизменился и принял черты тематического концерта, где основную тему раскрывает подборка определённых концертных номеров. Но в отличие от тематического вечера, тематический концерт не обладает сюжетной линией, и тематика часто раскрывается весьма условно.

Маломасштабные мероприятия могут существовать самостоятельно или быть структурной частью крупномасштабных мероприятий. Одной совершенно самостоятельной формой маломасштабных мероприятий является театрализо-

ванное тематическое «обрядовое действие», основным событием которого является ритуал.

Ритуал (или символический акт) – это церемониальные действия, символического характера, использующие священные объекты, которые совершаются с целью определённого воздействия на действительность. В случае, если речь идет о магическом ритуале, его участники должны поверить, что ритуал сам по себе способен вызвать определенные результаты – изменения внешней среды. Однако, в отличие от церемонии, имеющей социальный характер, ритуал религиозен. Он может быть коллективным или индивидуальным действием.

Ритуалы классифицируются на кризисные, календарные, родственные, тендерные и пр. Но главной особенностью любого ритуального действия остается его символический характер.

Символ – это своеобразный пароль культуры. С древних времен культ и обряд изображались с помощью ритуальных действий, характеризующих игру. В течение многих веков массовые народные игры, превращались в ритуал и являлись центральной частью народного праздника. Ни одно описание исторического ритуального действия не обходилось без упоминания игры или игрового состязания. Поэтому ритуалом является символическое игровое действие, сохранившее свое место в культуре.

В отличие от ритуала, игра не имеет жесткой ситуативной привязки, что дает ей возможность выбора (играть или не играть) и импровизации. Она имеет прагматическую направленность (не внешние, а внутренние цели, где процесс игры, может быть интересен внешним наблюдателям, зрителям).

К ритуалу не применима двойная реальность игры. Здесь мир воспринимается одновременно и как реальный, и как условный. Существует лишь одна, специфическая ритуальная действительность.

В современных условиях жизни ритуал – это традиционное, общепринятое игровое действие, включающее в себя ряд персонажей, художественных образов, эстетических и эмоциональных приемов. Он может быть частью большого обрядового действия или выполнять самостоятельную функцию офи-

циального акта (посвящение, торжественные приемы, встречи, вручение наград, присвоение звания, регистрация актов гражданского состояния и т.п.)

Сегодня уделяется большое внимание фольклорным обрядовым действиям, которые превратились в своеобразные представления. В фольклорных представлениях наблюдается переход обряда в игру. Например, семейные ритуалы, новогодние, масленичные, купальские, свадебные обряды и др. Первоначально они были представлениями, имевшими определённый сценарий, включавший большое количество поэтических произведений и выполнявших не только магическую, но и игровую, развлекательную функции. В дальнейшем обряды воспринимались как увеселение, являясь частью веселого праздничного гулянья.

Вся человеческая культура построена на принципе состязательности. Необходимо заметить, что мощным стимулом для участников мероприятий является желание стать первыми и лучшими. Состязательность, соревнование – это смысл одной из древнейших форм мероприятий-игры.

Игра же немыслима без выигрыша, то есть превосходства над противником, пользы, выгоды. Однако получение преимущества сопряжено с подключением фактора количественной или качественной оценки: больше, меньше, дальше. А оценочность – это свойство ритуала. Следовательно, соревнование – явление, по сути, не игровое и может быть принадлежностью, как игры, так и ритуала.

Можно утверждать, что игра – это своеобразный культурный механизм, способствующий переходу одних ритуальных форм в другие. Игра успокаивает, расслабляет, отвлекает от жизни, заставляет забывать об опасностях и заботах.

Игра проводится в фойе или зале, а также может переноситься на сцену, принимая новую форму игрового представления. К таким игровым представлениям относятся игровые конкурсы, имеющие развитую сценарно-литературную основу и предполагающие большую работу постановщиков и организаторов. Некоторые задания конкурсов участники выполняют не импровизационно, а с предварительной подготовкой или репетициями.

По своему содержанию игровые конкурсы – сложный сплав традиционных викторин, эстрадных выступлений, спортивных, бытовых и художественных состязаний.

Игровые конкурсы носят комплексный характер. Они требуют от участников эрудиции, сообразительности, художественных способностей, физической ловкости, изобретательности. В них отсутствует шаблонность в использовании заданий и в содержании развивающегося действия.

Одним из наиболее популярных видов игрового конкурса является конкурс веселых и находчивых (КВН), характерной чертой которого содержательно-организационная комплексность. В данный конкурс включаются элементы викторины, театральной миниатюры, спортивного состязания, пластической композиции, музыкальной пародии и т.д. Они отличаются яркой театрализацией и особенно выигрышны в зрелищном отношении. Юмор, находчивость, эрудиция – вот основные принципы, на которых строятся КВН.

Театрализованные конкурсы можно проводить двумя способами. В одном случае в розыгрыше участвует несколько команд, представляющих предприятия или учебные коллективы, в другом – две команды, созданные в импровизационном порядке. В первом случае команды встречаются в заранее установленные часы и дни (каждую неделю, декаду, месяц). В течение игрового вечера проводится один или два поединка.

Во втором случае команды формируются на обычном вечере отдыха, массовом гулянии и между ними проводится блицтурнир. Время встречи непродолжительное, задания простые.

Непосредственными распорядителями конкурса выступают ведущие, обычно их двое. Ведущие служат связующим звеном между жюри, командами и публикой. В итоге любого конкурса должен быть выявлен победитель. Эта задача возлагается на жюри, которое должно быть объективным, понимающим суть заданий, эрудированным, обладать эстетическим вкусом, чувством юмора. При оценивании судьи должны принимать во внимание не только знания, ост-

роумие, находчивость, изобретательность членов команды, но и общий стиль их поведения.

Как и все, что связано с молодежным любительским творчеством, игровые конкурсы беспрерывно видоизменяются и совершенствуются. Одним из них стал карнавал.

Карнавал – это праздник, связанный с переодеваниями и красочными шествиями. Он рассматривается, как вид массового народного гулянья с уличными, театрализованными играми, происходящими под открытым небом.

На карнавале все считаются равными. На карнавальной площади господствует особая форма вольного фамильярного контакта между людьми, разделенными в обычной жизни непреодолимыми барьерами сословного, имущественного, служебного, семейного и возрастного положения. Карнавал требует от своих участников таланта, изобретательности и остроумия. Попав на карнавал, необходимо придумать себе маску и действовать от её имени.

Маска – символ, позволяющий приобщиться к мировой совокупности за счет утраты индивидуальности, личностных устремлений. Человек, надев маску, становится свободен от себя и других.

Сегодня у современной молодежи появилась новая форма мероприятий – это «Ролевые игры».

«Ролевая игра» – игра развернутого назначения, вид драматического действия, участники которой действуют в рамках выбранных ими ролей. Они, руководствуясь характером своей роли и внутренней логикой среды действия, совместно создают сюжет и следуют ему, сюжеты могут быть связаны с определённой эпохой или историческим событием. Ролевые игры способствуют временному уходу участников от действительности, перемещение их в другую реальность, через элементы театрализации (создание декораций, костюмов, предметов быта). Ролевые игры дают возможность участникам почувствовать себя персонажами Средневековья на королевских балах, торжественных и ритуальных церемониях, рыцарских боях и турнирах.

Ролевая игра в отличие от карнавала имеет более сложный сюжет.

Составляющей частью многих массовых мероприятий выступает шествие.

Шествие – это всеобщее действие, связанное с движением массы народа, воодушевленной одной идеей, направленной на реализацию поставленной цели.

Во время шествия участники являются увлекательным зрелищем для зрителей на тротуарах. Территория, по которой проходит шествие, улицы, скверы – все это становится праздничной средой, благодаря соответствующему оформлению и декорированию.

Одна из разновидностей шествия является парад, который широко используется в современных массовых мероприятиях.

Парад — это высокоорганизованное шествие, построенное по четкой схеме и обладающее особенностями (темп, синхронность движения, форма построения и т.д.)

В Беларуси парады и шествия очень популярны. Они— неотъемлемая часть празднования Дня Независимости и Дня Победы советского народа в Великой Отечественной войне.

Современная молодёжь вносит в традиционные формы массовых мероприятий свои новшества. Так, появились автопробеги и велопробеги, проводимые во время праздников и фестивалей. Авто- или велоколонна, движущаяся по улицам города, представляет яркое зрелище. Шум и рёв мототехники, эпатанная одежда, снаряжение участников, флаги-все это впечатляет не только зрителей, но и самих участников.

В зависимости от организаторов, можно получить новые, современные мероприятия, состоящие из отдельных видов или отдельных комплектующих частей.

#### *Планирование массового мероприятия*

Массовое мероприятие представляет собой особый творческий продукт.

Одной из причин возникновения массового мероприятия может быть значимое событие или явление в жизни общества, социальной группы, коллектива. Чем значительней событие, тем масштабнее форма мероприятия.

Мероприятие должно иметь:

- адресат, для кого оно проводится;
- заказчика, который представляет интересы адресата;
- исполнителя (организатора), владеющего технологией и методикой проведения мероприятия.

Организатор воплощает интересы адресата, идеи и задумки заказчика в реальную плоскость, создает культурно-массовое мероприятие.

Организация массового мероприятия состоит из трех этапов.

На первом этапе заказчик и организатор планируют ход организационного процесса подготовки мероприятия, определяют последовательность и сроки, обеспечивающие их исполнение и контроль. На втором этапе (планирование) мероприятие из состояния идеи переходит в состояние четкого замысла его проведения.

Для этого на первом собрании представители заказчика и исполнитель формируют организационный комитет, который является своеобразным центром, аккумулирующим всю информацию по мероприятию. На время подготовки и проведения мероприятия организационный комитет становится его главной управленческой структурой.

В организационный комитет входят: глава учреждения или организации (заказчик)-председатель оргкомитета; заместители главы; главный бухгалтер; руководители подразделений, ответственные за исполнение отдельных направлений деятельности по подготовке мероприятия; режиссер-постановщик; сценарист; художник–постановщик; специалисты, привлеченные к производству мероприятия (звукорежиссер, светохудожник, техники, хореограф-постановщик, помощники режиссера и т.д.).

На заседаниях оргкомитета обсуждаются и решаются позиции, определяющие концепцию будущего проекта мероприятия.

Первые основополагающие вопросы, которые решает оргкомитет, – определение даты, времени, места и формы проведения будущего мероприятия. Ре-

шения, вынесенные по этим позициям, должны соответствовать идее, основному замыслу и задачам мероприятия.

Впоследствии, эти позиции не подлежат изменению, так как это может повлечь за собой искажение всего мероприятия. Например, мероприятие ко Дню Независимости Беларуси невозможно перенести с июля на апрель, или военный парад в честь праздника Победы нельзя проводить в виде танцевально-развлекательной программы, или перенести его с центрального проспекта столицы на кольцевую дорогу.

Определив дату, время, место и форму проведения мероприятия, организационный комитет коллегиально разрабатывает рабочий (организационный) план, который создаётся в произвольной форме.

Режиссерско – постановочный проект массового мероприятия.

Проектирование массового мероприятия осуществляет режиссер-постановщик, специалист, получивший профессиональную подготовку и имеющий опыт работы в области проведения массовых мероприятий. Он возглавляет и направляет весь постановочный процесс мероприятия. Проектирование массового мероприятия проходит в определенной последовательности.

Первый шаг: режиссер–постановщик делает анализ социально–этнических обстоятельств, предопределяющих факт возникновения мероприятия. Он раскрывает для себя весь комплекс исторических, социальных и этнографических обстоятельств, которые породили событие или явление, ставшее основанием мероприятия, знакомится с историко-архивными материалами по данному вопросу, используя рассказы, легенды, сказки и были на эту тематику, а так же современную литературу, фото и видео материалы, раскрывающие интересное явление или событие во всем его многообразии.

Второй шаг: режиссер-постановщик анализирует социокультурологическую ситуацию, в которой развивается праздничное явление.

Анализ социокультурологической ситуации осуществляется на основе социальных стереотипов, присущих данному социэтническому сообществу. К социальным стереотипам относятся:



- информационный стереотип – предполагает информацию того, кто её добывает и обрабатывает; какими средствами, где и с какой целью эту информацию получают;
- стереотип мышления – предполагает определение основных доминирующих объектов создания, т.е. какой основной философский или иной метод доминирует в данном сообществе, и кто владеет этим методом;
- стереотип поведения – подразумевает нравственные нормы поведения, где и как применяется, с какой целью;
- стереотип общения – предполагает этический норматив, кто и с кем общается, какими средствами, кто является предпочтительным объектом общения, какой основной вид общения используется;
- эстетический норматив – стереотип определяет доминирующие в сообществе эстетические нормы.

Проведя анализ социокультурной ситуации режиссер-постановщик начинает работу над авторским режиссерским замыслом – композицией мероприятия, где найдет отражение праздничное событие в художественных формах, символах и образах.

В проектировании проекта массового мероприятия учитывается пять основных элементов:

- Элементы жизнедеятельности.

Они могут быть выражены в виде выборов, выступлений, награждений и т.д. Необходимо составить список участников этих акций, подготовить тексты, которые будут озвучены, определить сценарную последовательность и значимость акций;

- Ритуально-обрядовая деятельность в праздничной композиции.

Здесь необходимо изложить последовательность действий участниками ритуалов, их характер, цель каждого участника, его ценностную характеристику, описать, используемый реквизит, и элементы ритуальной одежды (лент, знаков отличия и т.д.)

- Элементы игровой деятельности в праздничной композиции.

Здесь необходимо объяснить место игровых программ и их значение в организации мероприятия.

При описании игры необходимо учитывать: цель и задачи игры, правило игры, характеристику игровых костюмов и реквизита.

- Художественная деятельность в празднике.

Здесь необходимо различать драматургические моменты, сцены, эпизоды, акты, как элементы художественной деятельности и художественно-зрелищные моменты.

Так же в проекте мероприятия необходимо описать пластическое решение, декоративно-художественное и музыкально-шумовое оформление эпизодов. Указать, кем этот эпизод будет исполняться.

Рассматривая художественно-зрелищные моменты мероприятия, необходимо помнить, что выразительность их строится не на обострении противоречий в развитии конфликта, как в драме, а на выразительности самого поведения, её уникальности и оригинальности, которая базируется на специфических умениях исполнителей и обстоятельствах, осуществляющих их поведение.

Третий шаг режиссерского проекта – построение гармонически совершенной формы композиции мероприятия.

Режиссер-постановщик должен учитывать законы, которым подчиняется это построение:

1. Форма композиции не должна искажать основную художественную информацию, заложенную в содержании того или иного художественного явления. Она должна ориентироваться на приоритетные ценности.

2. Новизна творческих приёмов должна находиться в балансе с используемыми ранее приемами.

3. Количество технологических приемов и энергетических затрат не должно превышать необходимого уровня.

Эти правила являются критериями отбора художественно-зрелищных элементов при проектировании композиции массового мероприятия.

При отборе художественно–зрелищных элементов режиссер- постановщик составляет список художественных коллективов, которые принимают участие в мероприятии (если это невозможно сделать с точностью, то пишется количественный состав коллективов по жанрам). К проекту композиции мероприятия прилагает сценарные планы, тексты художественно–постановочных моментов, эскизный материал по декоративно-художественному оформлению отдельных эпизодов.

Одним из важных элементов композиции мероприятия является зритель. Его описание необходимо увязывать с постановочными моментами в мероприятии, имеющими точный адресат.

Огромное значение в авторском режиссерском проекте мероприятия имеет композиционная структура мероприятия.

Композиционная структура состоит из структурных элементов, складывающихся в систему. Они являются основными несущими композиционными конструктивными модулями и служат принципиальным отражением смыслового построения праздничной композиции.

В состав структурных элементов, входит концертный номер, являющийся элементарной, завершённой, зрелищной, структурой единицей.

Следующим более сложным элементом структуры является смысловой художественный эпизод, который складывается из нескольких «номеров», объединённых общим художественным смыслом. Эпизоды объединяются в блоки, являющиеся самостоятельными элементарными структурами.

Рисую карту мероприятия, необходимо определить его границы и указать расположение всех структурных элементов.

Нельзя забывать о времени проведения мероприятия, так как время-это ещё один серьёзный композиционный фактор.

Время складывается из четырёх элементов: творческое время – время создания мероприятия. Время восприятия – ход праздника. Конкретное историческое время. Время, как предмет создания (воспроизведение).

Работа над композицией массового мероприятия с учетом временного фактора превращает её в сценарный план мероприятия с разработанной темой, идеями, задачами, эпизодами с указанием прилагаемых сценарных текстов.

Ясный взгляд на жизненную проблему, четкое определение темы мероприятия рождает замысел и идею сценария. Замысел, это возможность и необходимость услышать во времени и увидеть в пространстве разрешение волнующей проблемы. Формирование замысла – творческий процесс, протекающий индивидуально у каждого сценариста и режиссера–постановщика. Он связан с осмыслением ландшафтных и архитектурных условий на месте действия; его исторического или этнографического прошлого; наличия творческого потенциала зрителей, степенью «погружения» постановщика в художественный, документальный или научный материал.

По окончанию формирования замысла массового мероприятия, проект рассматривается на заседании организационного комитета.

#### ОРГАНИЗАЦИОННО-ПОСТАНОВОЧНЫЙ ПРОЦЕСС МЕРОПРИЯТИЯ

К началу организационно-постановочного этапа работы над массовым мероприятием, режиссерская концепция мероприятия (или замысел) должны быть готовы, рассмотрены организационным комитетом. Должны быть скорректированы позиции в смете, заказана площадка мероприятия в соответствии с его окончательной формой.

Для режиссерско-постановочной группы наступает период плодотворного творчества. Художники проектируют декорации, заказывают конструкции и реквизит для пластического оформления пространства мероприятия. Помощники режиссера ведут переговоры с коллективами и артистами о возможности их участия в мероприятии. Хореограф создает схемы массовых сцен с участием хореографических коллективов или артистов массовой. Звукорежиссер подбирает варианты музыкальных произведений для звукового оформления мероприятия.

Сценарист при участии режиссера–постановщика занимается Написанием литературного сценария.

Сценарий – подробное литературное описание действия, предназначенное для постановки на сценической площадке. На основе сценария создаются театрализованное представление, праздник, массовое зрелище, игровая программа и т.д. Главными чертами литературного сценария мероприятия являются цепь событий, связанных сюжетом, наличие действующих лиц, конфликта как борьбы, между ними или осмысление какой-либо конфликтной ситуации, соединяющей в определенной последовательности составные части (эпизоды и блоки) в единое целое.

Работа над сценарием мероприятия подразумевает следующие этапы:

- сбор и поиск материала;
- определение тематической основы будущего сценария, изучение предполагаемой аудитории, постановка воспитательных задач;
- поиск содержательного материала дополнительных факторов, реальных героев, документов сценарного плана, уточнение событий и работа с ними;
- творческие импровизации и вариации при отборе художественного материала;
- обоснование конфликта, поиск сюжетного хода, образной выразительности;
- работа над композицией сценария, отбор приемов активизации зрителей;
- доработка и реализация замысла, окончательный отбор выразительных и изобразительных средств, для воплощения замысла.

Создание сценария – это сложный, многоступенчатый, творческий процесс, включающий периоды накопления информационно-содержательного материала, формирование замысла, написание драматургического произведения. Сценаристу необходимо так соединить все его компоненты, чтобы в итоге получилось целостное драматургическое произведение.

К основным компонентам (архитектоника) сценария относятся:

Пролог – композиционный прием, показ или демонстрация идей автора, его отношения к событию. Пролог не связан с основным действием, а сюжетное действие берет свое начало в экспозиции.

Экспозиция – ввод в действие, короткий рассказ о событиях, предшествовавших возникновению конфликта. Экспозиция обычно перерастает в завязку или в начало действия. Экспозиция и завязка предельно четкие и лаконичные.

Завязка – начало драматургического конфликта. Она находит свое развитие в последующих структурных элементах композиционного построения сценария и определяет начало основного действия. Поиск оригинального сюжетного решения завязки – драматургическая проблема. Оригинальное решение завязки во многом определяет последующий ход всей программы.

Основное действие – это строгая логичность в построении и развитии темы. Основное развитие действия в композиционном построении является самой обширной частью сценария. Здесь фактически укладывается весь основной сюжет программы. Исходное событие, которое произошло в завязке (в основном действии), находит своё драматургическое продвижение к кульминации.

Кульминация – вершина развития драматургического конфликта в сценарии и высшая точка эмоционального восприятия зрительской аудитории. В центре кульминации лежит главное событие, задача которого – разрешение всего драматургического конфликта в сценарии. Если событие в завязке и событийный ряд в основном действии логично сопряжены между собой, то кульминация вытекает естественно и становится смысловым и эмоциональным центром всей программы.

Развязка – как структурный элемент композиционного построения выполняет функцию завершения сюжетной линии сценария. Развязка ставит последнюю точку в развитии сквозной линии. Необходимо помнить, что в развязке в обязательном порядке следует заключительное событие, в котором сообщается результат разрешения драматургического конфликта. Следовательно, событийный ряд, появившийся в завязке, пройдя основное действие и достигнув кульминации, в развязке завершает свое драматургическое развитие.

Финал следует за развязкой и означает полное завершение сценического действия. Он служит средством подведения итогов всего драматургического действия, происходившего на сцене. Финал сценария несет в себе особую смысловую нагрузку. Финал-это наиболее важный момент для максимального проявления активности всех участников.

Особой формой финала является эпилог (послесловие). В композиционном построении сценария он выполняет важнейшую апофеозную роль, благодаря чему каждая театрализованная программа завершается массовым эмоционально-зрелищным действием.

Драматургическая основа программы создается такими эмоционально-выразительными средствами, как живое слово, музыка, кино, поэзия, хореография и другие. Задача композиционного построения сценария состоит в том, чтобы соединить все эти элементы в единое целое. От того, насколько данные элементы будут гармонировать между собой, взаимодействовать в сюжетной конструкции, соподчиняться и дополнять друг друга, зависит эмоциональное и эстетическое восприятие сценарной композиции зрительской аудитории.

Композиция имеет свои законы: целостность, контрастность, подчиненность всех средств художественного произведения сценарному замыслу, единство содержания и формы, соразмерность, типизация и обобщение и др.

Заданное завязкой действие развивается по нарастающей к кульминации и развязке. Нельзя идти от эмоционально сильных эпизодов к более слабым. Не стоит сразу стремиться привлечь зал к массовому пению, к нему необходимо психологически подготовиться. Сценарий, состоящий из отдельных эпизодов, должен выражать идею драматургического замысла.

Каждый эпизод должен иметь законченную композицию, и быть связан смысловыми «мостиками» с предыдущим и последующим эпизодом. Сценарий мероприятия может быть написан в свободной форме и включать в себя монтажные выписки, но окончательной формой сценария является его законченная литературная форма.

Литературный сценарий является основой любого культурно-массового мероприятия.

Для того чтобы сценарий не распадался на отдельные эпизоды, художественные иллюстрации не выглядели вставными номерами, устные выступления не казались ненужными дополнениями, необходимо в качестве стержня найти единый сюжетный ход,двигающий развитие сюжета, и являющийся основным связующим моментом при монтаже сценария.

Сюжетный ход – художественный приём, делающий драматургическое произведение неповторимым и оригинальным по композиционному построению.

При написании сценария сценаристу необходимо найти способ пробудить у зрителя активное восприятие действия. К элементам активизации аудитории относятся: прямое обращение к зрителям, коллективное исполнение песен, осуществление различных гражданских ритуалов, вынос знамен, вопросы, заданные зрителями и т.д.

Создание импровизации в массовых действиях, пробуждает инициативу людей, создаёт атмосферу творчества и непринужденного общения, тем самым снимает барьер между зрительным залом и сценой. Один из способов импровизации является внесение в сценарий элементов игры, в которых при умелом подходе организаторов программы включаются как взрослые, так и дети.

При монтаже программы мероприятия применяются приёмы сопоставления отдельных её блоков и эпизодов.

Сценарист при монтаже сценария должен умело использовать основные приемы: последовательность, параллельность, контрастность, ассоциативность.

Важной задачей сценариста является поиск художественного зримого образа будущей программы. Художественный образ программы формируется через фантазию и может быть выражен в театральной символике через метафору, где музыка, свет, цвет становятся лейтмотивом, создавая ту или иную атмосферу, через аллегория, когда удачно выбранный символ становится основным смыслом программы.



Толчком к рождению художественного образа программы в мероприятии может служить подробное и глубокое знакомство с личностью героя программы, находка интересного документа, увиденный фильм, спектакль, прочитанная книга, события, внезапно поразившее воображение автора, факт, весь окружающий мир. И чем глубже знание этого мира, тем шире возможность сценариста в нахождении художественной выразительности программы. Сложность поиска автором художественной выразительности на уровне замысла заключается в умении отказаться от ранее найденных решений, поиск новых, порой нетрадиционных решений образности, умении различить в хорошо знакомых предметах и явлениях неповторимое своеобразие, оригинальную сущность. Художественный образ программы создается на основе синтеза фактов жизни и фактов искусства, документов, реальных героев событий, произведения искусства в единое зрелище, в котором образность становится доминантой донесения идейно-тематического замысла. Свет, цвет, музыка, пластика, светозвукотехника, документы, письма, кадры кинохроники, герои, их переживания, явления природы, социальные катаклизмы, художественно-декоративное решение становятся яркими мазками общей палитры авторского воображения в его стремлении донести художественный образ программы до зрителей.

Художественный образ программы может быть лаконично выражен одним символом, который ляжет в основу разработки художником—постановщиком логотипа мероприятия. Логотип мероприятия или отдельной его программы является частью сценического оформления. Он естественно вписывается в общее пластическое решение мероприятия. Его так же изображают на афишах, пригласительных билетах, буклетах и прочей рекламной продукции.

В то время, когда режиссёр-постановщик и сценарист работают над сценарием, организационный комитет решает ряд важных задач:

- Заказ и распространение печатной продукции (афиши, буклеты, пригласительные билеты). Тексты билетов, буклетов и афиш утверждаются оргкомитетом и подписываются в печать. Распространением билетов занимается от-

дельная группа, которая имеет схему зала (зрительских мест), продумывает и определяет в ней сектора для гостей и различных категорий зрителей. Чтобы не затянуть начало мероприятия, в пригласительном билете указывается время сбора зрителя, которое на 30-60 минут раньше начала открытия мероприятия. Пригласительные билеты развозятся или раздаются по организациям. Если мероприятие коммерческое, билеты поступают в кассы и к распространителям.

- Рекламирование мероприятия через средства массовой информации. Для этого задействуются статьи, объявления, рекламные публикации, анонсы на радио, рекламные заставки и ролики на телевидении. Организовывается производство наружной рекламы – растяжка, щиты, конструкции. Устраиваются специальные рекламные акции – театрализованные действия на улицах – хэппенинги, перфомансы, шествия, которые привлекают внимание своей неординарностью и хорошо запоминаются.

- Организация обеспечения правопорядка на мероприятии, силами местного УВД, и службами безопасности организаций.

Охрана и безопасность обеспечивается по установленным правилам и не должно выходить за рамки законности.

- Организация необходимого медицинского обслуживания, дежурство машин скорой помощи при большом скоплении народа.

- Организация на мероприятии работы пунктов общественного питания, заключение договоров на обслуживание мероприятия. Пункты общепита (буфета) устанавливаются в местах скопления народа, но так, чтобы они не мешали основному действию. Пункты общепита должны быть обеспечены водой и электричеством.

Накануне мероприятия (перед генеральной репетицией) специалисты, задействованные в нем, готовят территорию и основные объекты в соответствии со схемой и планом, представленной режиссером.

Происходит завоз оборудования, монтируется площадка, устанавливается сцена, световые фермы, декорации, укладывается покрытие танцпола и т.д. Работы могут проводиться и в ночную смену, если это оговорено в договоре. На

утреннее время перед мероприятием обычно оставляют только установку звукоусилительной техники, которая должна быть настроена и готова к проведению генеральной (сводной) репетиции.

Перед мероприятием организационный комитет должен произвести:

- Осмотр территории или помещения. Организационный комитет выезжает на место проведения мероприятия для его осмотра и принятия всех работ, произведенных согласно договорам–подрядам. К оргкомитету присоединяются представители служб города–МЧС, УВД.

Помещение должно соответствовать всем нормам противопожарной безопасности. Использование всех специальных эффектов должно быть согласовано. Декорации и пластические конструкции должны быть огнеупорными.

С работниками, обслуживающими мероприятие проводится инструктаж по технике безопасности. Их знакомят с планом эвакуации зрителей. Записывается несколько обращений к зрителям, одно из которых информирует о правилах поведения на мероприятии, в частности, запрете курения в зале и за кулисами, указывают места, предназначенные для курения. Второе обращение — на случай экстренной эвакуации.

Службы, обеспечивающие правопорядок и безопасность на мероприятии, согласовывают с организаторами схему прохода зрителей на территорию, их рассредоточение и перемещение. Входы на мероприятие должны быть обеспечены металлоискателями, через которые проходят все участники мероприятия. Службой безопасности не допускаются на территорию лица в состоянии алкогольного и наркотического опьянения, без пригласительного билета. В её компетенцию входит контроль перемещения людской массы по территории. Если в каком-то месте количество зрителей подойдет к критической цифре, применяются меры по рассредоточению людей в целях их безопасности.

Организационный комитет мероприятия проверяет работу световой, звукоусилительной аппаратуры в соответствии с техническим райдером, а также просматривает видеофильмы и клипы, которые транслируются на видеоэкранах.

Когда приемка объектов мероприятия состоялась, режиссер-постановщик начинает сводную репетицию основной программы мероприятия. В её осуществлении участвует вся режиссерско-постановочная группа. Коллективы заезжают, размещаются, переодеваются в сценические костюмы, выходят на сцену согласно расписания. Главная задача режиссера –отрепетировать и закрепить «связки» между отдельными номерами, внести технические изменения, посмотреть смену декораций и реквизита на сцене. Может проводиться техническая репетиция, где без участия артистов, под звуковой ряд и чтение литературного текста ведущими производятся все технические действия – открываются и закрываются кулисы, работает освещение, видеоэкраны, устанавливаются и разбираются конструкции, реквизит.

В конце генеральной или технической репетиции режиссер ещё раз собирает свою постановочную группу, указывает на недочеты, вносит изменения в монтажные листы.

За час до мероприятия объявляется перерыв и отдых для всех служб. В это время проводится уборка территории (помещения), освежается сцена, отгоняется транспорт технических служб на стоянку.

Всё управление ходом мероприятия, и соответственно, ответственность за него принимает на себя режиссёр. К нему стекается информация от всех служб и специалистов. Без его разрешения не производиться ни одно действие. Это делается по одной простой причине – только он владеет полной информацией и стратегией всего хода мероприятия, а все остальные ответственные лица только информацией о своём участке работы.

В Беларуси организации мероприятий уделяется большое внимание, предусматриваются все форс-мажорные обстоятельства, иногда даже встречается излишняя «переорганизация», но делается это для предотвращения возможных человеческих жертв.

Теперь в местах проведения массовых мероприятий принято перекрывать станции метро, усложнилась процедура прохода на праздничную территорию.

Нужно ещё раз подчеркнуть, что ни какие самые грандиозные задачи мероприятия не стоят даже одной человеческой жизни.

Исходя из вышеизложенного, становится ясно, что организационный процесс массового мероприятия имеет определенные технологические наработки и нюансы, о которых неквалифицированный специалист может не знать, или не иметь достаточного опыта, чтобы быстро и верно среагировать на изменения хода мероприятия.

Руководство массовым мероприятием – это большая ответственность перед обществом. Не каждому непрофессионалу удаётся это осознать в полной мере, поэтому необходимо более строго подходить к подбору специалистов и режиссёрско-постановочной группы. Отбор проводить на конкурсной основе идей и проектов.

### **Тема 15. Современная и традиционная празднично-обрядовая деятельность**

Белорусский народ в современное время утверждает и возрождает первобытность, неповторимость и самобытность своей национальной культуры. В связи с этими причинами значительно возрастает роль традиционной культуры, которая таит в своих глубоких древних формах наиболее самобытные национально-художественные явления, обряды, праздники.

*Традиция* – это устойчивое этнокультурное явление, которое передается с поколения в поколение, живёт и функционирует в натуральной среде в меньшей степени 80 – 100 лет, а зачастую и на протяжении нескольких веков.

Под ритуалом понимали, определенное действие, целью которого было путем магии повлиять на природные стихии, силы, сделать желаемое реальным, желаемое материальным с помощью тех или иных видов магии.

*Обычай* – общепринятый, установившийся, традиционный порядок, укоренившийся в быту того или иного народа.

*Обряд* – комплекс действий, сопровождающиеся тем или иным явлением в природе, состоянием природы или возрастом человека, с помощью которых магическим путем можно добиться желаемого результата.

Изучением обычаев и обрядов занимается наука – этнография.

Обычаи и обряды подразделяются на календарные (по временам года: весенние, летние, осенние, зимние) и семейные (свадьба – выселле, родины, похороны, дни поминовения).

У каждого народа испокон веков велся свой календарь. С поколения в поколение в нем передавались знания, мудрость, опыт жизненных наблюдений. Опираясь на традиции и веру предков, люди ориентировались на многочисленные пожелания и запреты. Селяне знали, когда можно было браться за ту или другую работу, а когда наоборот, отложить ее, когда можно веселиться, а когда воздерживаться от веселья. Богатый душевный уровень наших предков нашел отображение в многочисленных обрядах и обычаях, приметах и поверьях, играх и песнях.

Годовой народный календарь – форма духовной жизни. Он вбирал в себя многовременные наблюдения за сезонными изменениями – прилетом и отлетом птиц, цветением и плодovitостью растений, поведением животных и насекомых, фазами месяца, погодой, а также личным настроением и состоянием здоровья. Все это соотносилось между собой.

Январь – «студзень» – само название этого зимнего месяца говорит про его характер: студень – значит холодный, когда на землю приходят холода. Исходя из народных примет, нередко год делили на две равные части: одна начиналась с 1 января, вторая – с 1 июля.

Каляды (начинались с 7 студзеня). Началом празднования Рождения Христа являлся святой вечер, или «постная куцця». Начиналась она с восходом первой звезды, которая символизировала время рождения Христа. Обязательным ритуальным блюдом была «куцця» – крупяная каша, заправленная медом или сахаром. 7 студзеня застолько было сразу дома, в кругу семьи, потом белорусы отправлялись к своим родственникам и соседям. Пелись калядные песни. Всегда просили разрешения войти в дом: «Добры вечар таму, хто у гэтым даму. Ци спиць, ци ляжыць, гавары з нами добрыми людзямі». Самая распространенная форма калядовання – обход домов с «Казой». «Каза» символизировала

смерть и рождение природы. После песен калядок хозяева обязательно давали коледовщикам «ахвяру»: колбасы, мед, сало, конфеты. Потом молодежь собиралась в одном доме и праздновали. Гадание. На Каляды насчитывалось три куцци. Вторую куццю называли «шчодрая» она выпадала на 13 студзеня – на столе было всё богатство блюд. Третья куцця – «вадзяная» или «галодная» - 18 студзеня – время окончания Каляд. Наши предки воспринимали Каляды как Мать Солнца.

«Люты» – третий месяц зимы. «Пытаецца люты: ци добра ноги абуты?» Стрэчанне, або Грамници (15 лютага) Стрэчанне, или Грамници, по народным предположениям, – праздник, когда зима встречается с летом. В древние времена славяне-язычники в этот день восхваляли Бога Перуна, или как его ещё называли, Грамауника. Главным действием во время молитвы – освещение грамничных свечей, которые должны были быть длиннее обычных и не короче 20 см. Читалось пять молитв. Эти свечи запаливали при проведении семейных обрядов. Существовали поверья: «Кали Стрэчанне будзе цеплым, вясна таксама будзе цёплай».

Календарный год селянина начинался весной (именно на март до 1492 года приходилось официальное празднование нового года по православному календарю).

Март – «сакавик» – название первого месяца весны.

Масленка – праздник окончания зимы. Празднование этого праздника выпадает на восьмую неделю перед Вяликднём. Масленка сопровождается катанием с горок на санях и угощением блинами. На Масленку ездили вокруг деревни, делали круговые пути, хороводы. Продолжалась Масленка ровно неделю. И носил этот период название «Масленичны тыдзень». В последний день – воскресенье – повсеместно отмечали проводы Масленки. «Даруй бацька родны, кали чым саграшыу перад табою, справай ци языком». После этого все угощались и пели масленичные песни. Масленичные игры, песни и поэзия, как по времени, так и по содержанию очень близки до весенней обрядности. Это истинные народные гуляния с участием различных фольклорных групп, зимних и

весенних песен, спортивных игр, и обязательно, с призовым столбом. Обязательным на празднике было сожжение чучела зимы и вождение хороводов около огнища. Последний день Масленичной недели – день встречи весны («Гуканне весны»). Так Масленкой провожали зиму и встречали весну.

Сараки – день весеннего равноденствия 22 сакавика. В этот день выгоняют зиму на целый год: делают на снегу бабу, потом разбивают ее на части, с требованием, «каб зима на дзевяць месяцау ад нас пайшла». Берут старые горшки, идут к своим знакомым и кидают горшки на порог. Хозяйка должна угостить вестников весны, которые прогнали зиму.

Апрель – «красавик» – второй месяц весны. В апреле справляется старинный праздник Камаедзица, когда заканчивается спячка медведя и он выходит из берлоги. Это был тотемный праздник, праздновался он 6 красавика, перед Звезстаннем. На Камаедзицу готовили и ели гороховую кашу – так называемые камы (отсюда и название праздника).

Вяликдзень – большой весенний праздник, корни которого ведут в глубокую древность. Празднование Вяликдня приходится в промежутке с 4 красавика по 8 травня. Раньше Вялики дзень – встреча нового года по солнечному календарю, праздновался в день весеннего равноденствия. Вербница. Семидневный пост. В первый день Вяликдня даже в печи не палили и никакую работу не делали. «Вяликодная ночь» с субботы на воскресенье – праздничная, когда не спали, палили костры, красили яйца, пекли пироги, толкли мак, готовили «пасху», которую освящали в церкви. «Хрыстой Уваскрэсе!» – целовались.

Радауница – «цыха прысяду побач». День поминания умерших. Также его называют «Мирски Вяликдзень».

Май – «травень» – последний месяц весны.

Юрый отмечается в начале мая (5 трауня) давний праздник земледелия – праздник первого выгона коров. Юрый защитник животных и земледелия. Этот праздник праздновался христианами очень интересно, весело. Перед тем как корова пойдет со двора, хозяйка отбивала ее веточками вербы, чтобы летом не садились оводни. Молодежь и пожилые женщины шли за стадом за деревню, на



край азимого поля. Брали с собой еду, пекли коровой хлеба. Отломавши от него кусочки, закапывали их на 4ех углах поля, а остальные крошили по полю – подкармливали землю после долгой зимы. Пели песни, водили хороводы. После окончания обряда люди возвращались в деревню, весело поя. Юрий – первый весенний праздник хлебадельца.

Микола – 22 мая. В мае проводится обряд выезда в поле Ярылы. Соответствуя обряду, в поле отправляется молодой красивый юноша на белом коне и в белой одежде. Девушки водили около него хоровод и пели обрядовые песни. В этот день первый раз выгоняли коней на ночлег.

Июнь – «чэрвень» – начало лета. День летнего солнцестояния предки белорусов издавна отмечали праздником Купалле.

Июль – «липень» – второй месяц лета. В ночь с 6 на 7е июля (по новому стилю) празднуется Купалле – очень старинный обрядовый праздник солнца и огня, богов плодородия и расцвета земли. Этот праздник приурочивался к летнему солнцестоянию и известен под различными названиями во всех индоевропейским народам. В легендах рассказывалось, что в купальскую ночь растения разговаривают между собой, деревья перемещаются с места на место, а реки светятся призрачным светом. Очень распространенным на купаловском празднике было гадание. Девушки и юноши задавались вопросом, что ожидает их в будущем. Бабушки и молодые девушки собирали цветы и травы: бабушки для лекарств, девушки – для венков. Вешали на коров. Купальская ночь считалась временем активности ведзъм. Юноши и девушки собирались на возвышенности, «Лыся гара», обязательно возле реки или озера. Смысл прыжков через огонь, перебрасывание венков, танцев, хороводов заключался в очищении от грехов, злых чар и болезней. Финальным аккордом Купалля было пускание венков по воде и гадание на суженного. Встреча восхода Солнца. Купаловские верования и легенды в Беларуси отражали мифологическую сторону мировоззрения древнего человека.

Август – «жнивень».

Илля– 2 жниуня. В день Святого Ильи категорически запрещалось работать. Люди молились Богу в церкви, делали в семье праздничные застольи. От Ильи по всей Беларуси начинали сбор жыта. Со дня прарока Ильи наступал важный период у охотников.

В августе отмечается одно из праздников хлеба – Спас. Спас представлялся как божество, которое вместила в себе дух урожая. Было три дня Спаса: 1-ый – 14.08; 2-ой – 19.08 Вялики или Яблочный, 3-ий – 29.08. Хлебный. Третий спас – окончание уборных работ. С этого времени солили и мариновали грибы. «Прыйшоу Спас – и лета ад нас».

В древней Беларуси много где отмечали Дажынки – праздник конца сбора урожая полей.

Сентябрь – «верасень». В сентябре наступает так называемое Бабье лето – начало женских сельскохозяйственных работ. В этом же месяце начинались сельскохозяйственные праздники. Также в сентябре отмечалось Узвижанне (14 верасня) – праздник «закрытия» земли на зиму. «Узвижанне лета замыкае, ключык закидае». В этот день не ходили в лес, потому что там будто собирались в кучку змеи и ужи, чтобы спрятаться в норы на зиму. У царя змей на голове были золотые рожки. В наблюдении за природой важное значение придавалось поведению птиц, которые, улетая в теплые края, забирали с собой лето. В это день нельзя было начинать какую-нибудь работу, потому что начатое в этот день будет безрезультатным.

Октябрь – «кастрычнік» – десятый месяц года. Его основной праздник – Пакровы (14.10) – пакрывала Маци Боскай. До этого дня селяне старались закончить полевые работы, подготовиться к зиме. Пакровы закрывали все земельные работы: «зямля павинна адпачыць» до следующего лета, и трогать ее после Покров и до весня ни в коем случае нельзя. Праздник Пакровы делил год на летний и зимний период. На Пакровы заканчивался выгон коров на пашу «На Пакровы дай сена карове». На Пакровы хозяйки с утра пекли пакровский пирог, с которым обходили дом, хлев, баню, и т.д. Поверье: «если на Пакровы

земля не под снегом, то и на Коляды снега не будет». Пакрова всегда ждали, было уже значительно меньше работы, наступала пара осенних праздников.

Ноябрь – «листапад».

Дзяды – ежегодное поминание предков в семье и своим роду. У православных три праздника Дзедоу: зимние – масленичные, летом, осенью, еще имеют название «бацькоуския субботы». Хозяин после прочтения молитвы заглядывал под стол и звал: «Стауры, Гауры, гак! Прыходзце к нам!» Почтение и благодарность духам предкам за полученный урожай. Для Дзедоу на столе стояли тарелки и накладывали еду. Вечером, когда все шли спать, со стола ничего не убрали, чтобы предки могли продолжить праздник.

В ноябре девушки собирались на «вячорки», для чего снимали себе дом на всю зиму у какой-нибудь вдовы или бедной семьи. В ходе «вячорак» девушки пряли кудель и пели. К ним приходили юноши, чтобы посмотреть на девушек и послушать их пение. На протяжении зимы девушки делали три-четыре большие вечера, на которые приглашали музыкантов.

Соответствуя четырем порам года существовали четыре большие праздника: зимой – Коляды, весной – Пасха, летом – Купалле, осенью – Пакрова, около которых были и другие.

Среди семейных праздников и обрядов у белорусов выделяют следующие.

Свадьба – вяселле. 16-18 лет девушка, 18-20 лет мужчина. 1) предварительный этап – а) смотрины: сватонье (поиски свата) только в субботу, среду, четверг. Сват доставал бутылку, готовили яичницу – «если родители согласны, то и я не против». Малые запоины, затем большие запоины (заручаны) – девушка «запитая», вместе сидели жених и невеста. б) выбор свадебных чинов: старшая – ходила с невестой и маладзица. в) дзявочы вечер (прощание невесты со статусом незамужней). 2) свадьба – начиналась с каравая, его делали каравайницы, мальчик в красных сапожках (Бог любмел, бел. Бог брака). Обряд расплетения косы (расчесывали расческой, обмазывали медом). Обряд посада

на дзяжу. Обряды купли-продажи невесты, число брачных чинов – 12. Обсыпали хмелем, зерном.

Родины. 1) подготовительный: табу – стричься, шить, вязать, ткать, резать, бить, убивать, бить яйцо, садиться на порог, наступать на предметы, смотреться в зеркало, смотреть на калек, злорадствовать, смотреть на похороны, нельзя смотреть на огонь и братья за тело. Можно красть горох. 2) роды, бабка поветуха. 3) крестины. Год ребенку, пострижение. принятие в члены семьи.

Похороны. 1) подготовка – белого цвета. 2) поминки – количество блюд четное. 3, 9, 40, полгода, год. Дзяды.

Таким образом, традиционные календарные обычаи и обряды белорусов представлены: Калядами, Вяликднем, Купаллем, Пакровам. Красивое слово, танец, хоровод, музыка инструментов, праздничный ритуал – все это характерно для белорусского народа. Большое значение имеет установление как государственных истинно народных праздников: Вяликдня, Каляд, Дзядоу, возрождение Купалля. Эти праздники натуральные главные составляющие в жизни белоруса-земледельца. В них освещены четыре наиболее важные точки солнечного равноденствия (Вяликдзень – Дзяды) и солнцеворотов (Каляды – Купалле). Календарные праздники и обряды белорусов отчетливо подчинены годовому витку Земли около Солнца.

## **Тема 16. Организация СКД с различными категориями населения Республики Беларусь**

Современные государственные, акционированные, совместные и частные предприятия разных типов с полным основанием можно отнести к институтам, которые самым существенным образом влияют на социально-культурную среду региона. Трудовой коллектив как социальный институт обладает необходимыми материальными, финансовыми, кадровыми ресурсами, силой общественного мнения. Для того чтобы полнее представить характер и возможности влияния этого института на проведение ежедневного, воскресного, праздничного и отпускного досуга работающих, необходимо уяснить некоторые особенности социального статуса современного трудового коллектива, неформальных ассо-

циаций работников, нарождающихся предпринимательских структур, целого ряда других новых инициативных форм экономических отношений.

Социально взвешенная политика трудового коллектива в сфере культуры и досуга определяется сущностными чертами этого коллектива. Прежде всего коллектив выступает в качестве носителя групповых целей, определенных принципов деятельности и поведения, этических и эстетических норм и ценностей. Уровень коллективного сознания как важнейшего фактора, определяющего его отношение к культуре, включает в себя нравственные установки и мотивы поведения.

Ценности, составляющие содержание коллективного сознания, в разных трудовых коллективах не одинаковы. В одних высоко ценится добросовестный труд, в других – нет, в одних в качестве ведущей задачи выступает создание условий для досуговой деятельности детей, подростков, семьи, развитие и укрепление базы досуговых центров, развитие сети творческих самодеятельных коллективов, стремление обеспечить интеллектуальное, эмоциональное, нравственное, физическое развитие человека, в других духовная, физическая культура не престижна, расценивается как третьестепенное дело.

Заметим, что подобные ценностные установки свойственны не только обанкротившимся или отстающим в экономическом отношении трудовым коллективам. Нередко и в экономически благополучных коллективах побеждает желание потратить деньги из фонда социально-культурных мероприятий или отчислений от членских профсоюзных взносов на дорогостоящие поездки – перелеты по маршрутам выходного дня (кстати, такие поездки, как правило, «съедают» большую часть средств на культурно-досуговую работу) вместо, например, обеспечения деятельности детских, подростковых клубов, объединений, студий.

Социально-культурная среда очень чутко отзывается на все изменения в производственной, общественной жизни трудового коллектива. Например, негативные процессы в социально-экономической деятельности предприятия или фирмы самым непосредственным образом отражаются и на досуговой, соци-

ально-культурной сфере. Нарушения хозяйственных связей, дефицит в поставках сырья, комплектующих деталей, противоречия и трения между отдельными социальными группами коллектива и т.д. – все эти и другие аналогичные «заболевания» трудового коллектива обязательно отражаются на его морально-психологическом климате, усиливают нервозность работающих, не способствуют сплочению как в трудовой, так и в досуговой деятельности.

В формировании и реализации научно обоснованной и социально обеспеченной культурной политики трудового коллектива самое активное участие принимают социальные работники – педагоги, психологи, медики, юристы, организаторы досуга.

Существенно возрастает влияние трудового коллектива на сферу свободного времени его работников, их семейно-бытовую среду.

Распространена весьма упрощенная точка зрения, будто воспитательная функция трудового коллектива подразделяется на внутреннюю (воспитание своих членов, как правило, непосредственно в коллективе, на производстве) и внешнюю (воспитательное влияние на подрастающее поколение: детей трудящихся, учащихся подшефных учебных заведений). В современных условиях происходит постепенное слияние внутренней и внешней функций.

С усилением внимания к семье, воспитанию детей в ней повышается ответственность трудового коллектива за жизненное благополучие своих членов и во внерабочее время, за выполнение ими своих родительских обязанностей.

Первый этап такого взаимодействия — связь между общественными организациями и формированиями. В воспитательной работе по месту жительства речь идет об интеграции усилий трудового коллектива, школы, общественности микрорайона (координационного совета, депутатской группы, а также социальных служб, правоохранительных органов), учреждений культуры и спорта, территориально приближенных к семье.

Приоритетная роль в организации социально-культурной деятельности населения социума принадлежит общественности. Она представляет, как правило, две группы. Первая включает наиболее социально активную часть членов

трудовых коллективов, шефствующих над школами, дошкольными и внешкольными учреждениями, профессионально-техническими училищами, в целом над микрорайонами; вторая – население самого микрорайона, воспитательная работа проводится там, где они живут. Вторая группа обычно бывает представлена многочисленными самостоятельными общественными формированиями, объединяющими женский актив, совет ветеранов, любительские клубы, родительский патруль и др. Взаимодействие этих двух групп в процессе дальнейшего совершенствования работы в социуме должно привести к постепенному их слиянию.

В современную и перспективную модель социально-культурной сферы наряду с государственными структурами, где долгое время преобладало гипертрофированное административно-командное начало, органично вписывается самоуправляемый, саморазвивающийся частный (коммерческий) сектор, представленный множеством фирм, компаний, предприятий, кооперативов, акционерных обществ и товариществ. Вместе с государственными звеньями этот сектор активно включился в регулирование процессов социально-культурной сферы, рынка досугового спроса.

В отличие от государственных структур, которые связаны с социально-культурной сферой специально созданными ведомствами и организациями, коммерческий (частный) сектор, обладающий большей гибкостью и динамизмом, быстро наращивает свою материальную базу, создает свою достаточно разветвленную производственную инфраструктуру, позволяющую восполнить дефицит или пробелы в досуговых услугах, предоставляемых государством или общественно-добровольными структурами. Практически мы подойдем к такому положению, когда в социально-культурной сфере не останется услуг, которые не были бы поставлены на коммерческую основу.

Коммерческий (частный) сектор целиком и полностью зависит от социально-культурных, досуговых потребностей. Он достаточно оперативно улавливает малейшие колебания моды и предпочтений досугового рынка. Постоянная ориентация на спрос и конъюнктуру дает возможность коммерческим

предприятиям, фирмам, компаниям безошибочно находить и «закрывать» экономически выгодные «ниши» в социально-культурной сфере.

Именно этим объясняется огромное разнообразие современных коммерческих самокупаемых клубов и досуговых центров, рассчитанных на самые полярные вкусы и потребности: ночных клубов-казино, клубов с гимнастическим и атлетическим оборудованием, клубов лечебно-профилактического характера с бассейнами, саунами, теннисными кортами, массажными и косметическими кабинетами, учебных центров восточных единоборств и т.д.

Изначальными конструктивными условиями организации менеджмента в социально-культурной сфере служат: реалистическая оценка социально-культурной ситуации, сложившейся в данном регионе; диалог с семьей, отдельными гражданами, их общественными представителями и другими членами экосоциосистемы, а не авторитарное давление на социокультурную среду; решение досуговых проблем методом проб и ошибок, а не путем разрушения и переделки сложившегося.

Характер предпринимательской деятельности частных фирм, компаний и совместных предприятий в социально-культурной сфере далеко не однозначен и определяется в соответствии с основными целями осуществления данной деятельности. Например, некоторые частные предприятия, фирмы и компании преследуют чисто коммерческие интересы, осуществляя те или иные досуговые программы в целях извлечения максимальной выгоды. Другие представители частного сектора, принимающие участие в досуговом бизнесе, не рассматривают его в качестве экономически выгодного дела, а ставят целью предоставление согражданам – детям, подросткам, престарелым пенсионерам, инвалидам, многодетным семьям и т.д. – права на пользование социально-духовными благами, возможности духовного обновления во имя высоких целей добра и милосердия. Именно этот мотив обуславливает тесное сотрудничество деловых кругов с общественно-добровольными формированиями: фондами, движениями, объединениями социально-защитной направленности.



Многие досуговые программы, осуществляемые в социально-культурной сфере по принципу самокупаемости для представителей делового мира, например, отечественных и зарубежных бизнесменов, сотрудников фирм и совместных предприятий, финансируются за счет частных вкладов и членских взносов.

Пользователями программ клубов закрытого типа, дорогостоящих шоу-программ, круизов, конкурсов являются люди, которые могут позволить себе сделать солидный вступительный взнос, заплатить стоимость путевки или входного билета. При всем многообразии этих программ – мужских, женских, детских, спортивных, концертно-зрелищных и развлекательных, служебных и внеслужебных – в их реализации преобладает ярко выраженная социальная обособленность. Существует целый ряд разновидностей предпринимательской (коммерческой) деятельности в социально-культурной сфере, которую ведут не столько государственные, сколько, главным образом, частные организации. Сюда относятся: оказание информационно-консультативной помощи, проведение экспертизы социально-культурных проектов и программ, формирование мониторинга социально-культурной жизни, сбор и анализ статистических данных, размещение заказов на социологические исследования, отбор программ и проектов для финансирования по заказам; посредничество и участие в осуществлении инвестиционной политики, финансировании социально-культурных проектов и программ, изыскании дополнительных возможностей в обеспечении финансовой и другой поддержки социально-культурных инициатив, кредитовании самоорганизации культурной жизни, заключении контрактов на культурное обслуживание, учреждении дочерних фирм, малых предприятий и кооперативов; развитие и укрепление материальной базы, оказание помощи социально-культурным учреждениям в поставках оборудования и материалов, размещение заказов на изготовление декораций, костюмов, инструментов, оборудования, оказание транспортных услуг, размещение полиграфических заказов и т.д., подготовка и переподготовка кадров; развитие зарубежных связей, контактов и обменов в социально-культурной сфере, участие в организации и финансирова-

нии международных детских, молодежных, взрослых программ социально-культурного профиля.

Основной тип деятельности, ведущие методы и наиболее эффективные формы работы определяются с учётом возрастных психолого-физиологических особенностей детей. Как вам известно, дети не являются однородной недифференцированной группой. Наиболее упрощённо они подразделяются на младших школьников, подростков и старшеклассников. Применяется принцип дифференцированного подхода к детским досуговым группам с различными социально-демографическими характеристиками (пол, возраст, место проживания, уровень знаний, интересов, состояние здоровья и т.д.). Различный подход используется в работе со школьниками, развивающими свои интересы и способности в различных областях искусства, науки, техники, спорта.

Характерными психологическими особенностями детей *младшего школьного возраста* являются стремление к массовым действиям, склонность к подражанию. Этими особенностями определяется основной метод КДД – метод массового воздействия. Наиболее характерными формами работы являются детские утренники и массовые игры. Принцип игры занимает ведущее место во всех занятиях с младшими школьниками.

Младшие школьники отличаются эмоциональностью восприятия. Наибольший эффект на малышей оказывают наглядно-образные формы. Демонстрация разнообразных игровых кинофильмов, театрализация отдельных частей праздника, красочность в оформлении помещений, костюмирование артистов и самих участников (бумажная шапочка, эмблема и т.д.) – всё это делает праздник эмоционально действенным, привлекательным и запоминающимся.

Важно создавать выразительные, красочные образы, отличающиеся чётко выраженными, прочитываемыми моральными качествами. Добро должно всегда побеждать зло, негативные персонажи в результате сюжетных коллизий бывают наказаны.

Ребят младшего школьного возраста отличает ситуативность в восприятии и выполнении требований, неумение обобщать, невозможность длитель-

ное время сосредотачивать внимание на одной теме, одном предмете. Им необходима перемена видов деятельности, чередование форм, введение нового, необычного материала. Малыши непременно должны быть активными участниками организуемого действия: водить хороводы, хором отвечать на вопросы, отгадывать загадки, скандировать отдельные фразы,

Младшим школьникам свойственно желание демонстрировать свои таланты. На это опирается принцип соревновательности, конкурсности, присутствующий многим детским мероприятиям. Среди них пользуются популярностью разнообразные конкурсы: на лучший рисунок, конкурсы чтецов, певцов, танцоров, музыкантов, спортивные соревнования.

Важно умение организаторов поддерживать у детей радостное настроение. Современные школьники существенно отличаются от своих сверстников прошлых лет информированностью, широтой кругозора, что является результатом огромного потока информации, окружающего детей в семье и школе, доступностью технических средств.

Основные направления СКД для детской аудитории:

- художественно-эстетическая (кружки, коллективы, выставки, концерты и т.д. по жанрам)
- природно-экологическая (экскурсии, «зелёные патрули», экологические программы, праздники птиц, оранжереи,)
- научно-техническая (кружки, выставки технического творчества, экскурсии на предприятия)
- спортивно-оздоровительная (спорт. игры по видам спорта, соревнования, посещение спорт.-зрелищных мероприятий, прогулки)
- трудовая деятельность (уроки труда, работа в мастерских, на пришкольном участке, кружки ДПИ, социальная помощь престарелым на дому)
- военно-патриотическая (клубы исторической реконструкции, «юный пожарник», экскурсии, общественные организации)

Развлекательные мероприятия:

- праздники;

- вечера отдыха;
- тематические мероприятия (акции)

*Подростки.* Средний школьный возраст по праву считается трудным. Основные сложности воспитания связаны с интенсивным неравномерным физическим развитием, с энергичным ростом нравственных и интеллектуальных сил, формированием убеждений и идеалов. Подростку свойственен интерес к собственной личности, желание оценить себя, сравнить с другими. Это проявляется в активном общении со сверстниками, участии в жизни коллектива. Для подростка важна оценка его возможностей окружающими. Интерес подростка вызывают нравственные качества и поступки других людей. Чтобы правильно решить проблему нравственных исканий, подростку необходимо соизмерять себя с примерами, являющимися для него идеалом.

Решение этой задачи достигается в таких формах работы, как встречи с интересными людьми, обсуждение книг, просмотр кинофильмов о подвигах героев.

Огромное влияние на формирующую личность оказывают образы супергероев, которые воссоздаются в СМИ. Эти персонажи действуют и зачастую реализуют свою исключительность в нереально сложных условиях. Их окружает нарочито красивая и роскошная жизнь. Впечатление усугубляется многочисленными эстрадными шоу-программами, которые задают определённую модель вкусов в музыке, одежде, поведении. Эти образцы отрицательно воздействуют на психику юношей и девушек.

К особенностям подросткового возраста относится стремление к взрослости с сохранившимся ребяческим отношением к жизни. Признанным авторитетом в подростковом возрасте пользуются коллективные игры. В этих играх действуют правила внутреннего самоограничения и самоопределения. Не случайно в подростковой среде были подхвачены модели телевизионных интеллектуальных игр по типу «Что? Где? Когда» В игре происходит проверка себя, своих возможностей, осуществляется переход от воспитания к самовоспита-

нию, к свободной, по внутреннему побуждению, сознательной работе над своей волей, характером.

Большое значение в моделировании условий, состояний, образном приобретении профессиональных навыков играли ролевые игры. Ребёнку свойственно создавать условные обстоятельства, перевоплощаться. Вспомним игры в казаков-разбойников, школу, больницу, и т.д. Так через ролевую игру в моряков может быть организована деятельность клуба моряков, игра в журналистов – подготовка к данной профессиональной деятельности. В ролевых играх возможно приближение к реальным жизненным обстоятельствам, дальнейший переход от игр к действительно важному общественно полезному делу. (Ролевые игры любителей средневековой культуры).

Серьёзная систематическая, последовательная и многосторонняя деятельность подростков осуществляется в работе клубов и кружков, которая охватывает значительный временной отрезок. В общении с талантливым педагогом, в разнообразных видах и формах творческих занятий, в коллективном общении вырабатывается устойчивый интерес к делу и возможно достижение серьёзных творческих результатов.

*Старшеклассники.* В старшем школьном возрасте формируется мировоззрение, приобретаются устойчивые интересы. Эффективным становится опосредованное педагогическое влияние, опирающееся на выявленные интересы, запросы. В старших классах каждый учащийся решает главную жизненную проблему «кем быть?» Для них представляет интерес включение в профориентационную деятельность.

В организации деятельности со старшеклассниками важна постановка современных, важных проблем. В ряде случаев необходимо изучение потребностей и интересов потенциальной аудитории. Эффективным для данного возраста является предложение клубных форм, где имеются предпосылки для установления устойчивых отношений между отдельными участниками. Содержание работы формируется сообща, деятельность строится на условиях самоорганизации. Важную роль играет актив, избранный самими членами. Содержанием

встреч становятся циклы мероприятий, в подготовке и проведении которых участвует большинство.

Массовые формы предпочтительны для недифференцированной аудитории. Такими достаточно востребованными формами являются молодёжные вечера, дискотеки. Они запрограммированы на незамысловатые формы поведения, самопроявления. Музыкальное оформление дискотек рассчитано на массовые вкусы. В условиях дискотек создаются достаточно демократичные условия для установления новых контактов.

Каждый ребёнок независимо от возраста является включённым в учебный коллектив. Поэтому важно создавать и поддерживать нормы творческого взаимодействия внутри данного коллектива, устанавливать собственные культурные традиции. Во внеучебное время следует проводить тематические мероприятия, игры, конкурсы, выставки, КВНы, встречи с интересными людьми, диспуты, акции и др. интересные и содержательные формы работы. Старшеклассникам интересно, когда к ним приходят молодые творческие личности (учёные, артисты, военнослужащие) носители передовых знаний, влюблённые в свою профессию. Они ближе к аудитории по возрасту, энергичны и способны заразить ребят своим энтузиазмом.

Традиции межличностного общения помогают создать сплочённый коллектив, развить положительные человеческие качества: доброту, внимание к товарищам, готовность прийти на помощь и т.д. Такими традициями являются юбилеи коллектива и дни рождения его участников, отмечаемые совместно, экскурсии и турпоходы, вечера отдыха, ритуалы поощрения членов коллектива.

Мероприятия художественно-эстетической направленности. Формированию личности, собственного образа старшеклассникам помогут размышления о красоте, гармонии, совершенстве, преподнесённые на примерах достижений мировой культуры и искусства.

Актуальными в этом возрасте остаются вопросы морали и нравственности. Следует предупреждать проявления противоправных действий, антисоци-

ального поведения, заниматься профилактикой пьянства, наркомании, табакокурения.

Перед выходом в самостоятельную жизнь старшим школьникам следует глубоко осознать структуру гражданско-правовых отношений в обществе. КДД должна способствовать воспитанию гражданина и патриота.

Следует создавать условия для налаживания положительных взаимоотношений между юношами и девушками, тиражировать модели достойного поведения, закладывать в их сознание азы будущих семейных отношений.

### **Тема 17. История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси**

Проявлением и своеобразной единицей измерения культурно-досуговой деятельности служит досуговое занятие, которое предполагает вовлеченность человека или многих людей в свободное время в процесс рекреации. Данный процесс может быть ограничен по времени от нескольких минут (например, прослушивание музыкальной звукозаписи, участие в настольной игре) до нескольких дней или недель (участие в туристском походе, ролевой игре, телемарафоне). Каждое досуговое занятие имеет свой темп и ритм, которые задаются субъектами этой активности, подчинено особенностям человеческой психологии и духовным запросам отдельных субъектов.

Культура досуга – это такое проведение человеком свободного времени, которое сбалансировано по разным видам рекреационной, развивающей и развлекательной активности, наполнено социально значимым смыслом и оценивается в данном обществе как, одновременно, традиционное и, в то же время, отвечающее современным требованиям. Наличие семантически близкого понятия «культурно-досуговая деятельность» подчеркивает конструктивный характер, а также высокую социальную и индивидуальную значимость культуры досуга.

*Культурно-досуговая деятельность (КДД): общие подходы.* С учетом многогранности понятия «культура» культурологическая трактовка досуговой деятельности также приобретает многозначность.

*Культурно-досуговая деятельность означает специфическую активность людей во время досуга.* Формы активности, как правило, выбирает сам человек, исходя из своих предпочтений, возможностей и уровня культурного развития.

Однако, культурно-досуговая деятельность развивается в рамках культуры конкретного сообщества. Она организуется на основе общественно значимых и одобряемых норм ради рекреационных целей, которые закреплены в данной культуре. В связи с этим в теории и практике досуговой деятельности отводится немаловажная роль историческим и этнонациональным представлениям о прекрасном, физической и творческой активности.

Культурно-досуговая деятельность связана со сложившимися этическими нормами и правилами. Подразумевается, что человек может использовать свой досуг либо с пользой, либо во вред себе и окружающим.

Конструктивное использование досуга предполагает свободное владение развитыми и общественно приемлемыми нормами поведения. Определение культурно-досуговой деятельности. Культурно-досуговая деятельность – это целесообразно организованная и содержательно наполненная активная деятельность людей (как социальных групп, так и отдельной личности) в свободное время. Она связана с человеческой потребностью в перемене характера деятельности, возвращении жизненных сил и социально-культурном развитии. Формы и виды этой деятельности человек выбирает, исходя из индивидуальных предпочтений и возможностей индивидуального культурного развития, а также с учетом традиций, моды, влияния общества.

Субъекты и объекты культурно-досуговой деятельности. В культурно-досуговую деятельность вовлечены определенные субъекты и объекты. Под *субъектами* культурно-досуговой деятельности понимается – аудитория досуговых мероприятий (физические и юридические лица, нуждающиеся в отдыхе и желающие провести досуг определенным образом).

К *объектам* культурно-досуговой деятельности относят:



– специализированные государственные учреждения культуры национального, регионального или местного масштаба (музеи, библиотеки, филармонии), ориентированные на широкую или на целевую аудиторию и выполняющие важные социально-культурные функции на бесплатной либо платной основе;

– специализированные коммерческие учреждения культуры (фирмы), предоставляющие досуговые услуги разного рода, профиля и назначения на платной основе;

– политические организации и добровольные общественные объединения (партии, общественные движения, культурные общества), организующие досуговые мероприятия для достижения общественного прогресса или культурного развития, а также для своих сторонников;

– военно-силовые структуры, организующее досуг своего контингента;

– религиозные структуры (церковные организации, религиозные общины), организующие свободное время верующих;

– административно-руководящий состав различных трудовых коллективов и предприятий, организующий досуг своего персонала;

– добровольные общественные объединения – группы людей, желающие выступить перед широкой аудиторией (музыкальные молодежные ансамбли, самодеятельные театральные труппы, аниматоры-любители).

*Функции культурно-досуговой деятельности.* Основными функциями культурно-досуговой деятельности являются:

- 1) познавательная;
- 2) развивающая;
- 3) релаксационная (функция расслабления и снятия напряжения);
- 4) гедонистическая (функция получения наслаждения);
- 5) оздоровительная;
- 6) функция самореализации;
- 7) функция социализации и инкультурации личности.

Инфраструктура культурно-досуговой деятельности. Рассмотрим инфраструктуру культурно-досуговой деятельности с позиции наличия в ней следующих основных компонентов: субъектов деятельности; задействованных культурно-исторических духовных ценностей, а также товаров культурного назначения; природно-ландшафтных и биорастительных комплексов; материально-технических средств, сопутствующих бытовых товаров и вещественных ресурсов.

Перечисленные структурные компоненты при взаимодействии превращают культурно-досуговую деятельность в единый общественный и экономический механизм и целостную сферу жизнедеятельности конкретного человека.

Важнейшими компонентами культурно-досуговой деятельности выступают люди, социальные группы, государственные и негосударственные учреждения. Индивидуальные и коллективные объекты и субъекты культурно-досуговой деятельности, участвующие в ее проведении и организации, определяют основные цели, задачи, содержание этой деятельности.

Под субъектами могут пониматься как конкретные люди (индивиды, обладающие определенными культурно-досуговыми потребностями), так и работники учреждений культуры, творческие работники, сотрудники ивент-фирм, аниматоры, обслуживающий персонал развлекательных центров, предприниматели, помогающие организовывать досуг других людей. Отдельную категорию субъектов культурно-досуговой деятельности представляют собой совокупные субъекты (как таковые учреждения культуры и искусства, ивент-фирмы и развлекательные центры, исполнительные органы сферы культуры и искусства, учреждения образования, осуществляющие подготовку специалистов в области культуры и искусства).

В свою очередь, например, индивидуальные субъекты культурно-досуговой деятельности подразделяются на отдельных индивидов, семьи, дружеские компании, коллективы работников. Индивидуальные субъекты имеют неосознанную или выраженную потребность в отдыхе и стремление неким образом провести свое свободное время. В качестве варианта отдыха возможно

пассивное бездействие. В любом случае, досуг, как правило, получается органичным. Организация досуга индивидуальных субъектов стихийная.

Коллективные субъекты культурно-досуговой деятельности представлены самодеятельными и профессиональными субъектами. Самодеятельные субъекты культурно-досуговой деятельности активно участвуют в организации досуга. Досуг реализуется на любительском уровне без обращения к услугам профессиональных организаторов.

Самодеятельными субъектами, например, выступают многочисленные любители охоты, рыбалки, путешествий автостопом, пеших и конных походов. Прибегать к помощи профессиональных субъектов культурно-досуговой деятельности со стороны могут как отдельные граждане, так и коллективы работников. В этом случае люди, желающие поохотиться, порыбачить или отправиться в туристическое путешествие пользуются услугами соответствующих фирм. Организаторы досуга действуют на профессиональной основе, создавая необходимые условия и помогая другим субъектам культурно-досуговой деятельности реализовать имеющиеся у них потребности в отдыхе и развлечениях.

При этом выделяется ряд следующих категорий работников:

– представители законодательной и исполнительной власти на уровне государства, региона, на местах. Эта категория инициирует принятие нормативно-правовых документов и контролирует выполнение норм в сфере культуры и искусства, досуга населения;

– работники образования, осуществляющие подготовку квалифицированных специалистов в области культуры и искусства;

– руководящий состав профессиональных организаторов досуга (топ-менеджеры ивент-фирм, главные режиссеры, руководители учреждений культуры и искусства). Представители этой группы – ключевые фигуры в проектировании, организации и реализации основных этапов культурно-досуговой деятельности и предоставления досуговых услуг потребителям. Они несут основную ответственность за окупаемость и прибыльность организации досуга;

– руководители среднего звена и высококвалифицированный персонал учреждений культуры и сферы сервиса (руководители среднего звена учреждений культуры и искусства, СМИ, туристских групп, врачи, системные администраторы компьютерных клубов), а также производства товаров культурного назначения. В большинстве случаев эти люди непосредственно причастны к организации и осуществлению досуга;

– рядовые работники культурных, лечебно-санаторных, спортивно-туристских учреждений, информационных структур и правовых организаций (библиотечные и музейные работники, аниматоры, тренеры, экскурсоводы, работники издательств). Данная категория работников в своей практической деятельности реализует государственную, региональную и местную политику в области рекреационной и культурно-досуговой деятельности;

– профессионально-творческий коллектив учреждений искусства и СМИ (творческие работники). Представители данной группы осуществляют непосредственный контакт с аудиторией (артисты, исполнители, ведущие концертов, концертмейстеры, дирижеры, журналисты, ведущие радио- и телепрограмм). От их творческих способностей, профессионального мастерства и психологической подготовки в конечном счете зависит успех досугового мероприятия у зрителей;

– вспомогательный персонал (технические работники учреждений культуры и искусства, персонал ресторанов, охранных фирм). Этот контингент, как правило, не вступает в тесный контакт с потребителями досуговых услуг. Однако, оставаясь в тени, эти работники осуществляют важные функции, связанные с поддержанием нормальных условий труда специалистов и досуговой деятельности населения. Вспомогательный персонал обеспечивает безопасность отдыха, наличие тепла, бесперебойной подачи электричества, надежную работу техники;

– лица и структуры, осуществляющие предпринимательские функции, связанные с финансированием государственных и негосударственных учрежде-

ний культуры и искусства (продюсеры, сотрудники общественных фондов, спонсоры, меценаты, партнеры по бизнесу);

Важными критериями при характеристике культурно-досуговой деятельности выступают:

– форма собственности предприятий (государственные и негосударственные предприятия, частные предприниматели);

– разновидность деятельности предприятий и вид культурного продукта (например, это могут быть предприятия, производящие товары и продукты культурного назначения, оказывающие культурно-досуговые услуги, осуществляющие торговлю товарами культурного назначения и предметами искусства);

– целевая направленность предприятий и учреждений досуга (культурное просветительство, художественное творчество, развитие эстетических способностей, отдых и развлечения);

– художественные и исторические ценности (тематические экспонаты, картины, предметы прикладного искусства, драгоценные камни, украшения, старинные костюмы, памятники, произведения архитектуры, технические сооружения прошлого);

– расположение центров, ответственных за сохранность историко-культурных ценностей;

– возможности производства и продажи товаров культурного назначения;

– природно-ландшафтная основа, растительный и животный мир;

– материально-технические средства, сопутствующие товары и вещественные ресурсы культурного назначения (материальные сооружения и постройки, технические приспособления, специальное оборудование, товары повседневного спроса, сопровождающие культурно-досуговую активность).

Совокупность культурно-исторического наследия является национальным или мировым достоянием. Сохранение культурно-исторического наследия требует немалых усилий со стороны собственников финансовых вложений, кадрового обеспечения. Но при должной организации эти усилия и расходы оправ-

дываются, а в социальном плане мы видим стойкий культурно-воспитательный эффект.

В современной культурно-досуговой деятельности населения развитых стран данные компоненты приобретают исключительно большое значение. В настоящее время высок спрос на экологически чистую окружающую среду, здоровый ландшафт и климат (наличие водоемов, древесная, кустарниковая растительность, представители животного мира, ясная и теплая погода). В различных странах мира специально выделяются и охраняются масштабные рекреационные, курортные, заповедные зоны. Спросом у населения пользуется посещение национальных и прогулочно-пейзажных парков, аквапарков. В современных городах выделяются локальные рекреационные пространства (городские сады, скверы, вертикальное озеленение, пешеходные зоны отдыха, площадки развлечений). В помещениях современных культурно-досуговых учреждений досуга широко используются декоративные растения, бассейны или аквариумы с рыбами, клетки с поющими пернатыми и вольеры с рептилиями.

Участие людей в художественной самодеятельности сопряжено с покупкой специальных костюмов, обуви, украшений для театрального или концертного исполнительства. Даже традиционное проведение досуга дома, как правило, сопровождается тем, что люди покупают книги, музыкальные диски, товары для любительских занятий. В организации современного досуга постоянно растет доля машин, технических средств и механизмов. В настоящее время множество видов досуговых занятий связано не только с отдельными механизмами, но и с системой технических комплексов. Специального оборудования требует проведение массовых праздников на городских улицах или специальных площадках (например, на летном поле). В последние годы среди населения стали популярными парки развлечений, спортивные комплексы и спа-центры, в которых имеется разнообразная техника (аттракционы, тренажеры, оборудование для детских площадок, тиров, бильярдных залов, боулинга и фитнеса). Особенно сложные технические комплексы разрабатываются для центров отдыха с искусственным климатом, тематических парков, аквапарков, бассейнов. В теат-

ральных помещениях, на концертных площадках и стадионах устанавливается разнообразная световая, лазерная и акустическая техника. Большой вклад в технизацию досуга вносит компьютерная техника. Значение активности и отдыха в жизни человека. Потребность в отдыхе обусловлена биологической природой человеческого организма, его физиологией, а также разного рода психологическими и социальными нагрузками. Потребность человека в отдыхе неотделима от его противоположной потребности — активности. В деятельности людей эти потребности реализуются в ритмическом чередовании активности — расслабления, бодрствования — сна.

Отдых, как и ряд других первичных потребностей (в пище, питье, гигиенических процедурах), создает необходимые условия для воспроизводства человеческой активности, поэтому он, как правило, не связывается с досугом.

Потребность человека в отдыхе вызывается утомлением, точнее, она — следствие этого утомления. Отдых предполагает осуществление человеком одной из фундаментальных своих потребностей в релаксации, расслаблении, в переключении усилий и внимания с одного предмета на другой. Как уже говорилось, в бюджете суточного времени человека обязательно должен быть период для удовлетворения физиологической потребности в полном расслаблении. Это непреложное условие ликвидации утомления, восстановления сил, недопущения глубокой хронической усталости. Физиологический отдых становится важным средством воспроизводства жизненных функций человека. Однако, понятие отдыха гораздо шире его физиологической основы, связанной с пассивной релаксацией. Отдых может быть реализован через активные досуговые формы, что связано с актуализацией социальных и культурных ресурсов человека. Например, как активная форма отдыха рассматривается замена одного динамичного занятия другим, а также перемена окружающей обстановки, смена впечатлений, отвлечение от повседневных и однообразных забот. Исключительно эффективны физические упражнения и занятие любимым делом (хобби), особенно, если оно насыщено творческими элементами.

*Понятия свободного времени.* Когда люди говорят о досуге, то чаще всего они имеют в виду свободное от работы время. Однако ученые, культурологи-менеджеры и культурорганизаторы не отождествляют эти понятия.

Для определения свободного времени отдельного человека из его суточного бюджета времени (24 часа) следует вычесть время, которое он затрачивает:

- на производственно-трудовые функции, включая дорогу к месту работы и обратно; физиологический отдых (ночной сон);
- оздоровительные и санитарно-гигиенические нужды (включая утренний туалет, гимнастику, стирку белья, мытье посуды и др.);
- покупку продуктов, их приготовление, прием пищи; - приобретение необходимых вещей, товаров повседневного спроса и длительного пользования; - воспитание малолетних детей, неотложную помощь близким людям (например, уход за больными).

Доля суток, которая остается в распоряжении человека после указанных вычислений, может быть определена как его досуг или «чистое свободное время». Именно этой частью времени человек может распорядиться по своему усмотрению.

В будний день доля свободного времени у работающего человека относительно невелика – 1-3 часа, а в некоторых случаях – несколько минут. Это время человек может увеличивать или сокращать за счет некоторых видов индивидуальной активности. Например, хозяйка нередко использует свой досуг на домашние дела. Кто-то на досуге может заняться решением проблем, связанных с основной работой. А кто-то, наоборот, возможно, проведет свободное время, ничего не делая. Таким образом, человек в состоянии увеличивать или уменьшать свое свободное время, затрачивая его на занятия, напрямую не связанные с досугом. Однако эти возможности не безграничны. Если труд на производстве или многочисленные заботы о хозяйстве выходят за рациональные рамки, то человек резко ограничивая свое свободное время, будет испытывать стресс из-за переутомления. А люди, проводящие свободное время в пассивном бездейст-



вии, сдерживают свой личностный рост, и их существование приобретает однообразный характер.

Сравнительно небольшой объем свободного времени в суточном ритме характерен, как правило, для представителей делового мира, у которых рабочее время не нормировано, а также для женщин, занятых на производстве и, одновременно, воспитывающих малолетних детей или имеющих большую семью. Кроме того, у многих категорий работников свободное время нечетко выражено, как например, у тех, кто не занят на общественном производстве, а также у тех, кто трудится нестабильно или выполняет работу по договору на дому. Эти люди располагают возможностью выбирать по своему усмотрению время для занятий, связанных либо с трудовой деятельностью, либо с семейными обязанностями, либо с досугом.

Наибольшим объемом свободного времени располагают домохозяйки и пенсионеры. У работающих и неработающих людей доля досуга в объеме суточного времени заметно возрастает в выходные дни и в отпускной период. Многие люди стремятся использовать эти дни преимущественно с рекреационно-досуговой целью, минимизируя повседневные нагрузки и домашние дела.

*Понятие досуга.* В русском языке слово «досуг» происходит от слова «досягнуть». В общем смысле досуг – это возможность чего-либо достичь, что-то сделать.

Изучая генезис концепта в различных славянских языках, Г. Волощенко выяснил, что одно значение слова «досуг» – «то, что можно достать, достичь рукой» – отражено в русской поговорке «уму не досягаемо». Второе значение – «то, что достигнуто» – зафиксировано в сербохорватском языке, где «досуг» – это «граница» (значения относятся к дописьменному периоду). Третье значение – «достижение, способность, возможность, умение, ловкость, мастерство».

В словаре В. Даля «недосужливый человек» – это «неискусный, неумеющий, неизобретательный», а «досужливый» – «хороший мастер своего дела или мастер на все руки». «Досужество» – «свойство досужего – умение, ловкость, способность к делу, к мастерству». «Досужествовать» – заниматься по найму

мастерством, ремесло». Таким образом, в лексиконе русских людей слово «досужесть» означало, прежде всего, умелость, мастерство.

Однако, у того же В. Даля мы находим: «досужиться» – «найти себе свободное время, досуг». Более позднее значение слова «досуг» – это достижение, способность, возможность, проявляющаяся в свободное от работы время. В народной философии досуг понимается как высшая деятельность, приводящая к свободной игре физических и интеллектуальных сил.

В отечественной научной литературе досуг рассматривался традиционно как структурный элемент свободного времени. Другими словами, досуг – это время, свободное от необходимого труда в сфере общественного производства, а также от воспроизводства человеком своих жизненных функций в рамках домашнего хозяйства и социальных отношений. Однако, ряд зарубежных авторов идут дальше в своих размышлениях. Можно заметить, что каждая сфера человеческой деятельности имеет свою доминанту: труд – общественную полезность, семья – концентрация и разнообразие межличностных отношений, досуг – реализацию личностного потенциала. К. Маркс считал, что досуг представляет собой «более возвышенную деятельность», направленную на развитие творческих возможностей человека. А известный индийский поэт Р. Тагор говорил, что «лучшие плоды цивилизации возвращены на ниве досуга». Досуг и свободное время: общее и особенное. Как мы видим, понятия «досуг» и «свободное время» взаимосвязаны, однако не взаимозаменяемы. Когда говорят о свободном времени, то акцентируют внимание на потенциальной возможности его произвольного вариативного использования.

Представление, которое формируется в этнонациональной культуре о значении досуга, более конкретно и имеет выраженный созидательный смысл. Различными народами мира досуг рассматривался как важная составляющая человеческого бытия, обращалось внимание на формы конструктивного проведения досуга. Народная культура предписывает использовать свободное время на восстановление собственного здоровья, а также в целях творческой самореализации и личностного развития. Понятие развлечения. Развлечениями принято

называть виды деятельности в свободное время, которые дают возможность людям отвлечься от повседневных забот и трудовых обязанностей, повеселиться, доставить удовольствие. Развлечения приносят человеку непосредственное удовлетворение.

Понятие рекреации. В широком смысле феномен отдыха сближается с явлением рекреации. До недавнего времени понятие рекреации оставалось мало-распространенным, использовавшимся в узких кругах специалистов по медицинскому оздоровлению человека. Тогда это понятие связывалось преимущественно с релаксацией и регенерацией витально-физиологических сил человека.

Теперь рекреацию понимают, как биологическую активность человека, которая направлена на восстановление физического и физиологического потенциала, а также на оздоровление душевных и духовных сил, которые ослабляются в процессе жизнедеятельности, однообразных занятий или болезни. Поэтому в настоящее время рекреация трактуется как целостное оздоровление.

Рекреационная активность человека соответствует, во-первых, его потребностям и интересам, во-вторых, – традициям народной культуры, а в-третьих, – современным поведенческим и оценочным стандартам доминирующей социальной среды.

Рекреационная активность отдельного человека складывается из суточных, недельных, годовых и жизненных циклов. На каждом этапе жизни человека они образуют сложную сеть многообразных предпосылок и мотиваций, которые определяют характер, направленность и эффективность рекреационной активности. Данная активность считается результативной, если в итоге возникают стойкие восстановительные эффекты.

Рекреационный эффект проявляется в том, что человек испытывает чувство бодрости и удовлетворения от проведенного отдыха, поскольку его организм достиг необходимого уровня энергообмена со средой в результате комплексного оздоровления. Человек, переживающий рекреационный эффект, находится в состоянии психофизиологического комфорта. У него появляется ощущение гармонии и умиротворения. Он готов к новым нагрузкам. Благопри-

ятные эмоции и высокая самооценка в данном случае основываются не только на внутренних ощущениях, но и на понимании человеком важности общественных стандартов труда и отдыха.

Культурно-досуговая деятельность стала объектом систематического анализа ученых сравнительно недавно, в начале XX в., хотя еще философы Древней Греции и Древнего Китая изучали роль досуга и отдыха в жизни человека. Если греки считали, что досуг – это прежде всего порыв человеческой души к свободе, то философы Древнего Китая видели в досуге возможность доставить человеку удовольствие, радость.

Историография досуга в научной мысли Западной Европы и США. Долгий период в общественном сознании и философской мысли христианского Запада доминировало признание важности в жизни человека труда и второстепенной роли досуга. Досуг трактовался упрощенно, как то, что имеется в наличии у праздных или ленивых людей. В конце XIX в. были предприняты попытки пересмотреть сложившееся отношение к досугу. Одна из них принадлежит социалисту П. Лафаргу, который в памфлете «Право на лень» писал, что при капитализме собственники производственных мощностей сознательно эксплуатируют привычку человека трудиться ради достижения наивысшей прибыли. Исходя из этого представления, автор полемически заострил право человека на безделье. Американский социолог Т. Веблен в «Теории праздного класса» все-речь доказывал, что жизнь в праздности превосходна сама по себе и по своим результатам, возвышая человека в глазах остальных людей. Глубокое изучение общественного и личного досуга началось позже, в начале XX в., когда представители науки анализировали важнейшие элементы воспроизводства американского и западноевропейского общества, в результате чего в центре внимания оказалась обнаруженная учеными непосредственная связь между отдыхом и успехами в трудовой деятельности.

В 1920-1930-е годы американские социологи и антропологи изучали отдых и досуг, а также существующие в их рамках занятия. Перед началом Второй мировой войны Национальная ассоциация рекреации США разработала

концепцию отдыха для американских граждан. В послевоенный период изучением досуга занялись в Западной Европе. Функционирование учреждений культуры за рубежом в условиях рыночной экономики побуждало их обращаться к ученым с предложениями о проведении прикладных исследований в области досуга и отдыха. Так, в 1960-х годах во Франции появились исследования Ж. Дюмезедье, Ж.-Н. Фишера, П. Дебре, Ф. Фурастье, Д. Фридманна о характере национального досуга и его роли в жизни французского общества. С 1967 г. Национальный институт статистики и экономических исследований систематически проводит социологические опросы на тему «Досуг французов». Многие зарубежные исследователи изучали досуговую деятельность в рамках макротейоретических представлений о «потребительском обществе» в период господства массовой культуры. В итоге в странах Западной Европы и США сложилась своеобразная философия досуга.

Немало внимания уделялось конкретным социологическим, психологическим, экономическим и управленческим проблемам досуговой деятельности. Обсуждались диспропорции потребления разными социальными группами культурно-досуговых услуг, рассчитывались социальные нормы рекреационного поведения населения развитых стран, прогнозировались досуговые потребности людей.

Далеко не всегда зарубежным ученым удавалось непротиворечиво соединить указанные направления анализа досуга, увязать концептуальные и прикладные уровни исследования, а также интегрировать искусствоведческие, социологические, психологические, экономические аспекты изучения культурно-досуговой деятельности. До настоящего времени в государствах Западной Европы и США так и не выработана целостная теория рекреации и организации досуговой деятельности. Однако благодаря активной деятельности широкого круга людей возникло новое направление общественной и научной мысли, объектом анализа которого стали досуг и рекреация людей как масштабная самостоятельная сфера человеческого бытия.

## *Историография досуга на территории России и Беларуси*

История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси. Досуг и развлечения восточных славян в древности и в средневековый период. В дохристианский период у восточных славян были распространены традиционные формы отдыха, существовал богатый мифологический пласт культуры. Можно было наблюдать игрища молодежи. Девушки водили хороводы во время языческих праздников. Зимними вечерами женщины собирались за прядением или рукоделием. При княжеском дворе в Киеве и других городах устраивались пиршества за общим столом. Однако в целом можно сказать, что в Киевской и Московской Руси досуг аристократии мало отличался от проведения свободного времени простым народом.

После принятия христианства славянами и жившими рядом с ними балтскими и угро-финскими племенами стали распространяться христианские праздники, а также регламентироваться свободное время в соответствии с религиозными догматами. Появилось такое специфическое культурное явление, как «русская святость», выросшая из образа жизни отшельников, монахов, благочестивых людей. Это явление оказало заметное влияние на повседневную культуру населения России. Благодаря религиозному мировоззрению в обществе закреплялось отношение к труду не как к источнику богатства, а как к душевспасительному занятию. Православная церковь формировала подозрительное отношение к безделью, развлечениям, утехам, пиршествам, богатству. От верующих и, особенно, от клира требовалось не увлекаться внешним миром, а сосредоточиваться на совершенствовании внутреннего. Человек должен был ежедневно присутствовать на церковных службах, соблюдать посты, следовать обрядам. В свободное время рекомендовалось освоение духовных знаний в виде чтения Библии, размышлений, молитв. Весьма почитались те, кто предпринимал многодневные паломничества в монастыри, пустыни, а также на Святую землю. В народной культуре продолжали воспроизводиться традиционные формы. Представители народных слоев предпочитали коллективные игры на открытом воздухе, борьбу и кулачные бои. Более состоятельные граждане Мос-

ковии могли организовать «медвежью потеху» – травлю медведей и волков собаками. Для царя устраивали «медвежью потеху» в Кремле или в его подмосковных усадьбах. В Сморгони была открыта т.н. «медвежья академия». Представители всех сословий любили охоту. Позже охота с кречетами и борзыми превратилась в забаву господствующих слоев. По улицам городов и деревенских поселений, ярмаркам ходили группы скоморохов, которые были одновременно и актерами, и музыкантами, и циркачами, и танцорами. В конце XVII в. протест церкви против скоморошества практически прерывает эту традицию развлечений, хотя в измененных формах остатки скоморошества продолжали существовать достаточно долго. На городских улицах и в отдаленных селах можно было встретить сказителя, гусельника, которые были хранителями народного поэтического и музыкального творчества и, по существу, выполняли интегративные развивающие и развлекательные функции.

В повседневной жизни люди увлекались игрой в зернь (фишки, покрашенные в белый и черный цвета), шашки, карты. Среди представителей высших слоев была распространена игра в шахматы. Деревенские девушки проводили посиделки совместно с парнями, занимаясь рукоделием, беседой, пением. Для женщин из простых семей во дворах устраивались качели. Особенности свободного времяпрепровождения жителей села и горожан в XVI–XVII вв. свидетельствуют, что развлечения не выходили за рамки отечественной культурной традиции и развивались на самодеятельной основе. Как правило, они не проводились в специально оборудованных общественных помещениях. Не было профессиональных организаторов, которые целенаправленно занимались бы массовым отдыхом горожан и жителей сельской местности.

Только в XVIII–XIX вв. в городах предприимчивые люди начинают организовывать общественные развлечения. В провинции и сельской местности вплоть до XX в. эту роль выполняли торговые агенты-одиночки или представители торгово-ремесленных артелей (офени, коробейники). Они несли в глубинку не только городские товары повседневного спроса (мелкие предметы для домашнего хозяйства, дешевые женские украшения), но и книги, способные

привлечь внимание крестьян и их детей, а также «образы на листах», т.е. лубки (народные гравюры, с краткими и выразительными стихами-пояснениями, выражающими суть изображенного сюжета). Лубки, как правило, имели поучительный характер. Безграмотный крестьянин узнавал о многих событиях только тогда, когда ему об этом говорила картинка. Например, пришел в деревню коробейник и рассказал, что война на Кавказе окончилась, а в подтверждение своих слов показал картинку «Сдача Шамиля с Мюретами». Пришел другой коробейник и сообщил, что в России провели «чугунку» или железную дорогу, которая «сама собою, без лошадей ходит». И опять в подтверждение своих слов показал картинку с изображением поезда, да еще «стихами ударил». В после-реформенное время (с 1861 г.), когда молодежь стала уходить в город, традиционные формы деревенского досуга пережили кризис. Офени доносили до жителей глубинки влияние фабричной и трактирной культуры с ее новшествами и уродствами, грамотностью, тягой к развлечениям, юмору.

Досуг представителей дворянского сословия. Во времена правления Петра I стала нарастать культурно-досуговая дифференциация русского общества. Петр I ввел новые развлечения в дворянскую, чиновничью и военную среду. В свою очередь досуг дворянского сословия послепетровского времени повлиял на развитие русской культуры. Новоевропейская ментальность, нетрадиционные формы активности и созвучные новому времени бытовые нормы дворянства, с одной стороны, безусловно, расширяли и обогащали горизонты культуры, предлагая более эффективные образцы поведения и отдыха. Но, с другой стороны, дворяне зачастую игнорировали сложившиеся отечественные традиции, например, отказываясь от использования русского языка в своей среде. Между народом и высшими слоями общества постепенно углублялись культурные различия, что привело в итоге к XX в. к вырождению дворянства, снижению его роли в культурном развитии страны.

Дворянская среда легко осваивала моду на все заграничное. Для знати по особым проектам строились каменные особняки и сельские усадьбы. Комнаты состоятельных людей «наряжались» по-европейски: вместо лавок – стулья и



кресла, на стенах большие зеркала и портреты владельцев. Для обслуживания знати в стране появляются зарубежные специалисты по личным услугам: доктора с университетским образованием, парикмахеры, модистки, шляпницы. Самые дорогие образцы одежды, обуви, парфюмерии выписывали из-за границы. Семейный досуг проводили в узкословном кругу. Появляются дворянские клубы, рождаются любительские творческие занятия (стихосложение, живопись, театр, музицирование), распространяются коллекционирование и благотворительная деятельность. Состоятельные дворяне получают возможность проводить время в заграничных путешествиях, лечиться на лучших курортах. Дворянская молодежь выезжает для получения образования в университеты Западной Европы.

Свободное время и досуг у среднеобеспеченных и бедных слоев населения. Основная масса населения Российской империи свободное время посвящала традиционным занятиям, которые были нацелены не столько на отдых, сколько на воспроизводство быта, поддержание гигиены и здоровья, воспитание детей.

Жизненные потребности русских крестьян, городского мещанства со средним и низким достатком, бедных ремесленников и торговцев удовлетворялись во многом самообслуживанием на основе сложившихся традиций и народных занятий. Если человеку нездоровилось, он обращался к знахарю. Гигиена поддерживалась систематическим посещением бани (личной или общественной). Однако общественная баня в нашем обществе не стала местом социального общения, как, например, в Древнем Риме или на Ближнем Востоке. Посещение бани рассматривалось преимущественно как необходимая гигиеническая и оздоровительная процедура.

Крестьяне, бедные горожане во многих случаях сами шили для себя одежду или прибегали к услугам знакомых швей. Они самостоятельно строили жилье, изготавливали хозяйственный инвентарь, делали нехитрые украшения. К XIX в. на основе этих хозяйственных занятий появились народные ремесла и промыслы. Под народными промыслами понимаются направления хозяйствен-

но-вспомогательной деятельности народа, связанные с ремеслами и бытовым самообслуживанием крестьян жителей различных регионов, крупных, средних и малых городов. Для беднейших слоев промыслы стали делом, к которому обращались в свободное от основного занятия время. Оно рассматривалось в качестве источника дополнительного заработка. Известны различные формы народных промыслов – крестьянские, отхожие, кустарные, художественные.

Наиболее распространенными видами русских народных промыслов стали плотницкая резьба по дереву, ручное узорное вязание, вышивки, набойка на ткани, роспись посуды, создание детских игрушек. Отдельные промысловые занятия ремесленного или рукодельного характера впоследствии выполнялись представителями других социально-профессиональных групп, которые превращали их в основной источник существования, развивали, ориентируясь на удовлетворение высокого вкуса знатоков и ценителей. В городах развивались виды промыслов, которые находили спрос у привилегированных заказчиков: холмогорская резьба по кости, великоустюжское чернение серебра, пружанская керамика, могилевская чеканка. В помещичьих мастерских создавались особо изысканные виды вышивки (мастерская белая гладь, нижегородские гипюры).

В мужских монастырях традиционно культивировались кузнечное, столярное и ювелирное дело, иконопись и изготовление церковной утвари. В женских монастырях занимались художественной вышивкой, плетеньем или вязаньем кружева, шитьем.

В XX в. народные ремесла и промыслы стали развиваться с учетом рыночного спроса. Товарная продукция народных мастеров в конце концов превратилась в важный компонент досуговой деятельности разных групп населения. Изделия промыслов можно было увидеть в частных домах, личных коллекциях и музейных фондах, а также в играх детей в качестве украшений. В советский период многие промысловые занятия становятся неотъемлемой частью сувенирной промышленности, изделия которой до настоящего времени востребованы на внутреннем и зарубежном рынках. Развивающиеся досуговые формы в России и Беларуси в XIX–XX вв. В развивающихся формах досуга прежде всего

следует учитывать уровень грамотности населения. Распространение грамотности в нашем обществе в разные периоды было неодинаковым. К XIV в. многие горожане были грамотны, о чем свидетельствуют новгородские, полоцкие и берестейские берестяные грамоты. Затем в течение долгого периода уровень грамотности снижался, особенно среди крестьян, городской бедноты. Жители национальных окраин чаще всего были неграмотными. Развивающиеся культурно-досуговые формы формировались преимущественно в процессе досуга представителей российской интеллигенции, которая в первой трети XIX — начале XX в. ускорила интеллектуальный и художественный потенциал всего русского общества. Запросы демократических интеллигентных кругов общества порождали новые формы общественных занятий и предпринимательских начинаний. Только в России получили распространение такие издания, как «Литературная газета», основанная А.С. Пушкиным, а также множество общественно-художественных (т.н. «толстых») журналов, помещающих на своих страницах литературно-поэтические произведения, критические статьи и публицистику.

Посещение общественных музеев, библиотек, театров, чтение художественной литературы – вот наиболее распространенные виды культурно-досуговых занятий, представителей интеллигенции и членов их семей. На рубеже XIX и XX вв. представители высокооплачиваемой части интеллигенции стали массово выезжать в западноевропейские страны с образовательными и рекреационными целями.

Поскольку общество уверенно становилось на путь индустриального развития, требовалось увеличение грамотных работников. Начиная с середины XIX в. в России параллельно с государственными учебными заведениями создавались частные, корпоративные, земские и муниципальные. Общественная инициатива на уровне муниципальных образований стимулировала начальную и среднюю специальную подготовку детей низших сословий, обучение немассовым профессиям, образование девушек. Важную роль в организации частного и общественного образования играла местная интеллигенция, заинтересованные многодетные семьи, а также энтузиасты, бравшие на себя роль организато-

ров и попечителей. В крупных городах появились учебные центры и высшие учебные заведения, которые на определенных условиях (сравнительно доступная плата, благотворительные стипендии и др.) принимали всех желающих получить образование. Таким был, например, Институт Шанявского в Санкт-Петербурге, в котором учился Я. Купала.

Массовые праздничные гулянья, ярмарки и рождение современных форм проведения досуга. Развитие общественного досуга, связанного с массовыми праздничными гуляньями и ярмарками, берет начало в далеком прошлом. Но на рубеже XIX–XX вв. массовые формы досуга интегрируют в себе множество новых форм. В это время общенародные гулянья, ярмарки, праздники, которых в иное время насчитывалось более тридцати в год, приобретали в России красочный, живой характер, сохраняя связь с народными зрелищами и развлечениями.

Обычными видами развлечений были карусели, зверинцы, балаганы, цирки, народный театр. Чаще всего публика смотрела выступления артистов в небольших помещениях временного типа. На улице мастера устной рекламы – зазывалы приглашали всех желающих посетить представление специальные, речь которых была насыщена фольклорными образами и оценками. Зимой организовывались катания с ледяных гор. Во время гуляний или ярмарок жители лакомились сладостями, покупали лубочные картинки, дешевую художественную литературу, а также игрушки-свистульки. Картина Б. Кустодиева «Масленица» ярко передает колорит подобных гуляний и ярмарок. В XIX в. в крупных городах появляются организаторы массового досуга, которые пытаются вести дело так, чтобы привлечь как можно больше публики.

Немало интересного об организаторах «культурно-досуговой сферы» можно почерпнуть из воспоминаний русского писателя И. Шмелева о своих детских годах. Живя после Октябрьской революции 1917 г. во Франции, он вспоминает свое детство, которое прошло в Москве в 1870-е годы в староверской семье. Его дед занимался строительством, а отец вынужден был подражаться на разные заказы, в том числе на заказ от городской власти на организацию отдыха москвичей. Писатель вспоминает о «рядовых исполнителях» под-

рядного дела: «В нашем доме появлялись люди всякого калибра и всякого общественного положения. Во дворе стояла постоянная толчея. Много было ремесленников – бараночников, сапожников, скорняков, портных. Работали плотники, каменщики, маляры, сооружали и раскрашивали щиты для иллюминации. В амбарах было напихано много чудесных декораций с балаганов. Художники с Хитрова рынка храбро мазали огромные полотнища, создавали чудесный мир чудовищ и пестрых боев. Здесь были моря с плавающими китами и крокодилами, и корабли, и диковинные цветы, и люди с зверскими лицами, крылатые змеи, арабы, скелеты – все, что могла дать голова людей в опорках, с сизыми носами, все эти «мастаки и Архимеды», как называл их отец».

Накануне Октябрьской революции массовые развлечения в городах России носили современный характер как по содержанию, так и формам организации. Ряд особенностей художественно-эстетических процессов и массового спроса на зрелища свидетельствовал о том, что страна переживала этап становления индустриальной культуры.

В этот период широкая публика в столичных городах России с удовольствием ходила в театры, но массовая аудитория серьезным пьесам предпочитала оперетту. На эстраде царил романс – классический, цыганский, городской. Так, за откидное место на концерте певицы Анастасии Вяльцевой платили по 25 рублей (в то время это были немалые деньги). Начинал входить в моду кинематограф. В 1914-1916 гг. были популярны киноактеры Вера Холодная, Иван Мозжухин, Осип Рунич. Накануне войны 1914 г. кумирами были также спортсмены (особенно цирковые борцы – И. Поддубный), а также автогонщики и авиаторы. Так, в апреле 1912 г., чтобы посмотреть на «мертвую петлю» в исполнении А. Габера-Волынского, на московском аэродроме собралось около 200 тыс. зрителей. Демократические формы общественного питания долгий период развивались на городских улицах через торговлю в разнос, а также в форме дешевых питейных заведений, харчевен, трактиров. Посещение ресторанов как своеобразной формы проведения свободного времени стало популярным во второй половине XIX в. и поначалу было доступно представителям зажиточных

слоев. Эти виды досуговой деятельности развивались в дореволюционной России преимущественно в столице и крупных городах – административных или культурных центрах. Русская провинция и тем более национальные окраины оставались во власти традиционной культуры и стереотипов культурно-досуговой деятельности. Свободное время и досуг в советский период. Сфера досуга и свободного времени стала радикально меняться в советский период, когда она превратилась в объект государственного регулирования и культурной политики, в то время как этнонациональные традиции и религиозные механизмы развития досуга были отодвинуты на второй план.

Быт, досуг, а также оздоровительная сфера в советский период развивались в отсутствие полноценного рынка. Государственно-партийные органы регулировали финансирование и организацию культурных учреждений, процессы в области искусства, внедряли новые формы отдыха, учитывая их идеологическую направленность и массовую эффективность. Не существовало свободного доступа к информационным и художественным каналам зарубежных стран. Трудно было познакомиться и с отечественным художественным наследием с опытом досуговой активности дореволюционного периода. Вместе с тем в советский период наше общество приблизилось к тем видам досуговой деятельности, которые характерны для индустриального общества, правда, не на рыночной, а на государственно-плановой основе. Наряду с платным потреблением услуг в СССР существовало «бесплатное потребление», в финансировании которого семейные бюджеты населения, как правило, не принимали прямого участия.

Финансирование осуществлялось за счет общественных фондов, которые создавались путем государственного перераспределения доходов и материальных средств. Этот вид потребления включал в себя медицинское обслуживание, образование, потребление бесплатных услуг учреждений культуры. В городах в большинстве случаев для граждан бесплатно предоставлялось жилье. Существовало льготное потребление. К 1960—1970-м годам, благодаря социалистической модели жизнедеятельности, были созданы предпосылки для формирова-

ния в стране среднеобеспеченных слоев общества. Повысился жизненный уровень, постепенно выравнивались стандарты потребления. В 1970-х годах статистические данные свидетельствовали о повышении уровня жизни советского населения. Практически всем категориям населения стал доступен средний объем рекреационных услуг, информационных ресурсов и культурно-художественных ценностей, отвечавших средним мировым нормам культурного и оздоровительного развития. На территории СССР сложилась единая информационная социокультурная и рекреационная инфраструктура. В крупных, средних, малых городах действовала сеть культурного обслуживания с театрами, кинотеатрами, концертными залами, музеями, клубами. Хуже дело обстояло с культурным обслуживанием жителей села. Лишь в крупные села выезжали профессиональные или самодеятельные художественно-творческие коллективы. У различных групп населения существовали общие признаки советского образа жизни: оптимальное соотношение между объемом труда и отдыха, сходные виды культурно-досуговых занятий, относительно общие мировоззренческие позиции. Членам среднестатистической семьи был доступен ряд жизненно важных культурных благ, организованный отдых, культурные ценности. Была достигнута, потребительская, образовательная, информационно-культурная общность сознания граждан.

Вместе с тем, в СССР услуги не отличались разнообразием, а качество культурно-досугового сервиса на практике имело тенденцию к снижению. Запросы среднеобеспеченной семьи путешествовать и развлекаться росли быстрее, чем возможности удовлетворить их в рамках существовавшей системы обслуживания. Начиная с 1980-х годов в СССР ощущалась нарастающая общественная потребность в современных досуговых занятиях, но их развитие сознательно сдерживалось. Особенно остро стоял вопрос о доступности аудиовизуальных форм досуга, многих видов туризма, игровой деятельности, ночных клубов и баров. В условиях дефицита сведений о мировой практике в области быта, досуга и оздоровления советским людям, особенно молодежи, казалось, что именно за рубежом достигли высокого уровня жизни и отдыха для всего

населения и что в этих областях в развитых странах не существует никаких проблем. К середине 1980-х годов в стране назрела необходимость перемен в основных областях жизнедеятельности, прежде всего в сфере политики, экономики, труда, информации, культуры, быта и досуга.

В области культурно-досуговой практики предпринимательская активность современных государственных и, особенно, коммерческих организаторов досуга, а также самого населения в постсоветский период смогли совершить качественный прорыв. Причем некоторые коммерческие центры досуга заметно потеснили (но не вытеснили и не обесценили!) усилия государственных учреждений культуры в этом направлении. В настоящее время в России и Беларуси особенно быстро развиваются развлекательные виды культурно-досуговой деятельности. Множество новых открытий произошло в области содержания и организации самодеятельного любительского творчества.

Все эти причины повлияли на трансформацию процесса подготовки организаторов досуга в государствах СНГ. С учетом современных требований изменилось содержание учебного процесса в государственных высших учебных заведениях культуры и досуга. Наряду с существовавшими еще во времена СССР профессиями методиста и культурного организатора появились новые специальности и специализации. В настоящее время в Республике Беларусь, получая прикладное культурологическое образование, возможно специализироваться в области менеджмента социальной и культурной сферы, менеджмента международных культурных связей, продюсерства в сфере культуры и искусств, рекламы и PR, информационных технологий в культуре. Современным обществом и производством востребованы профессии культуролога-менеджера, менеджера по туризму, продюсера индустрии развлечений, аниматора. Кроме того, имеется возможность повышения квалификации и переподготовки по различным направлениям организации досуга.

Целенаправленно и активно обновляется учебная и научная литература. Особенно много книг и периодики по направлениям, связанным с экономическими, управленческими, сервисно-технологическими аспектами культурно-



досуговой сферы. Однако до настоящего дня эта литература так и не восполнила лакуны, порожденные радикальной трансформацией хозяйственных условий, административных правил и правовых норм в конце XX – начале XXI веков.

Общие подходы к классификации досуга. Досуговая деятельность, находясь в тесной взаимосвязи с культурой общества, является многогранным феноменом. Виды досуговой деятельности и занятий человека в свободное время разнообразны по содержанию, типологическим свойствам, различны по формам проведения и организации. Существовавшие в прошлом, а также современные типы, виды и формы досуга трудно охарактеризовать исчерпывающим образом, поскольку они имеют почти безграничный спектр проявлений. На современном этапе потребности и интересы людей изменяются и расширяются, в связи с чем усложняется и классификация досуга.

Выделим определенные критерии, позволяющие классифицировать наиболее распространенные разновидности досуга, а также массовые формы его организации, а затем рассмотрим важнейшие типы досуга, виды досуговой деятельности и разновидности досуговых занятий. Направления досуга в зависимости от степени активности. Самым популярным вариантом классификации досуга до настоящего времени остается его деление на пассивный и активный досуг. При ближайшем рассмотрении оказывается, что пассивный и активный досуг отличаются друг от друга не только степенью физической и духовной активности, но и эмоциональной весомостью, культурной значимостью. Пассивный досуг – самый простой вариант времяпровождения. Он характеризуется состоянием покоя, который снимает физическое, умственное и эмоциональное напряжение, восстанавливая жизненные силы. Пассивным отдыхом выступает сон. Однако простая жизнедеятельность в условиях домашнего хозяйства также способна привести к освобождению от напряжения. В качестве пассивного досуга может выступать просмотр газет и журналов, чтение книг, настольные игры, непринужденная беседа, прогулка. Досуг такого рода не ставит перед собой далеко идущих целей. Он органичен, созерцателен и, как правило, индивидуален. Пассивный досуг содержит зачатки позитивного активного досуга.

Активный досуг воспроизводит силы человека с превышением исходного уровня. Он дает работу нашим мышцам и психическим функциям, не задействованным в процессе основного труда. При активном отдыхе человек наслаждается движением, быстрой сменой впечатлений. Активный отдых очевидно выполняет восстановительную, развивающую и гармонизирующую функции. К активному досугу принято относить занятия физкультурой, спорт, психотехники, туризм, игры, просмотр кинофильмов, посещение выставок, театров, музеев, концертов, активное приятельское общение.

*Направления досуга в зависимости от форм проведения и организации*

– специально неорганизованный, органичный досуг, реализуемый человеком или группой лиц на основе распространенных этно-национальных традиций. Такой досуг не требует сложных приготовлений, дорогостоящего оборудования или специальных помещений. К подобному типу досуга следует отнести традиционные праздники и обряды, народные и настольные игры, спортивно-оздоровительные занятия на свежем воздухе, охоту, рыбалку, застолья. До настоящего времени эти формы досуга остаются самыми распространенными;

– специально организованный досуг в виде групповых и массовых мероприятий. Он требует особых навыков, реализуется после предварительной подготовки и невозможен без контроля менеджеров-профессионалов. Досуговые занятия осуществляются работниками учреждений культуры, профессиональными аниматорами или любителями, желающими проявить себя в рамках общественного досуга, общественными организациями. Аудитория, желающая таким образом удовлетворить свои досуговые потребности, зависит от условий организаторов. Для реализации подобного досуга необходимы место (помещение или открытое пространство), материально-техническая база, специальное оборудование (техника, тренажеры, мебель), кадры. Таковы многие общественные формы досуга в современном городе.

Организованный досуг в свою очередь подразделяется на ряд разновидностей, например, в зависимости от того, кто и с какой целью его организует. Между неорганизованными и организованными направлениями досуга имеется

множество промежуточных смешанных форм. Например, семейный праздник может проводиться вне дома, например, в ресторане. Под Новый год родители могут пригласить Деда Мороза со Снегурочкой из специализированной фирмы.

Досуг различных социальных слоев. Современное общество стратифицировано. Принадлежность к определенному возрасту, вера в Бога и исповедание различных религий или отсутствие таковой, разнообразные культурные традиции, имеющийся имущественный и образовательный статус влияют на разницу в способах и формах проведения досуга. Организаторами досуга особое внимание уделяется возрасту субъектов досуговой деятельности – досугу детей и молодежи (дошкольников, школьников младших, средних, старших групп, подростков, студентов и др.), а также лиц пенсионного возраста. На досуговые предпочтения значительное влияние также оказывают характер труда, профессия, уровень образования, а также уровень доходов. Существуют высокообеспеченные, среднеобеспеченные и малообеспеченные слои населения. Немаловажно также место проживания потребителей услуг (жители мегаполиса, крупного, среднего или малого города, поселка, села, деревни, хутора). Предпочтения жителей города и села заметно разнятся.

Однако, в практике культурно-досуговой деятельности не принято разделять досуг мужчин или женщин. Многие досуговые занятия, как правило, пользуются приблизительно одинаковым спросом у представителей обоих полов. Тем не менее, имеются досуговые занятия, к которым тяготеют преимущественно мужчины (рыбалка, охота, участие в некоторых видах спорта) или по большей части женщины (рукоделие, цветоводство). У представителей разных социально-демографических групп имеются неодинаковые мотивы, цели, задачи, а также содержательные предпочтения и поведенческие особенности проведения досуга.

Досуг, связанный с местом его проведения. Выделяются две основные формы досуга: домашний и внедомашний. Такое разделение зародилось еще в Древнем мире и продолжает оставаться существенным до сих пор. Домашний досуг, возможность провести свободное время дома (уединенно или с семьей)

исключительно важен для каждого человека в течение всей жизни, поскольку связан с личностным развитием, необходим для снятия напряжения, стабилизации физического состояния и гармонизации внутреннего мира.

В рамках домашнего досуга выделяется семейный досуг, а также отдых вдвоем с любимым человеком. Такой досуг возможен и вне дома. Но как домашнее, так и внедомашнее проведение свободного времени с членами семьи всегда имеет иные цели и формы, ярко выраженный индивидуальный характер. Содержание досуга определяется спонтанными непринужденными отношениями, душевным и доверительным психологическим настроением, сложившимися семейными традициями. Не случайно во всем мире распространен такой вид досуга, как свадебное путешествие молодоженов, когда происходит формирование культуры досуга молодой семьи. Домашний семейный досуг может быть проведен в условиях непосредственного проживания человека (дома, на даче) или в домах родственников, знакомых (хождение в гости).

«Досуг наедине» распадается на множество досуговых занятий:

- любительские занятия (чтение, рукоделие, цветоводство, коллекционирование);
- обращение к современной аудиовизуальной продукции (просмотр DVD или телевизора, работа в Интернете);
- спортивно-оздоровительные занятия (занятия аэробикой, танцами, йогой);
- психологическое тестирование и тренинг;
- общение с домашними животными.

Домашний досуг в кругу родственников может подразделяться на следующие разновидности:

- общие любительские занятия (музицирование, коллекционирование);
- игры (с детьми, настольные, азартные);
- отдых и любительские занятия на даче или в сельской местности.

Досуг, который человек проводит вне дома и за рамками семейно-родственных отношений, также можно подразделить в зависимости от того, где и с кем он проводится. Внедомашний досуг люди проводят:

- в одиночестве;
- с друзьями и знакомыми;
- с партнерами по бизнесу, коллегами по работе и учебе;
- с малознакомыми или незнакомыми людьми.

В зависимости от места пребывания человека вне дома досуг можно подразделить на следующие формы:

- по месту работы, учебы;
- в учреждениях культуры (кино, театрах, музеях, библиотеках, концертных залах);
- в развлекательных центрах, игровых заведениях;
- в физкультурно-оздоровительных комплексах и аквапарках;
- в парках (зоопарках), ботанических садах, скверах и на городских улицах;
- в пунктах общественного питания (бар, кафе, ресторан);
- на открытом воздухе на специально оборудованных зрелищных местах и площадках (стадионе, ипподром, летное поле, выделенное под авиа-шоу);
- на природе или в сельской местности.

На границе домашнего и внедомашнего досуга сложились смешанные виды досуга, когда, например, человек вместе со всей семьей, а также с друзьями и коллегами участвует в праздничном шествии, ресторанном застолье или в туристском путешествии.

Досуг в зависимости от его содержания:

- культурно-художественный (знакомство с культурно-историческим наследием, обращение к произведениям современного искусства);
- образовательно-развивающий досуг (учеба в свободное от работы время, участие в работе кружков);

- гуманистически ориентированный досуг (посещение просветительских и благотворительных мероприятий, детских домов, волонтерская деятельность);
- природно-рекреационный (пребывание на природе, общение с домашними животными или наблюдение за дикими, фотоохота);
- санаторно-оздоровительный (отдых в спа-салоне, санатории, профилактории, на курорте);
- туристский (пешие, конные, автобусные и морские путешествия);
- спортивно-зрелищный (непосредственные занятия спортом или наблюдение за ходом спортивных соревнований);
- самодеятельно-любительский (хобби, самодеятельные занятия художественным творчеством);
- зрелищно-развлекательный (посещение концертов, шоу и праздников, игра в казино).

Выделенные нами наиболее распространенные типы, безусловно, не исчерпывают исторически сложившегося разнообразия досуговых занятий. В настоящее время образуются новые смешанные разновидности досуга. Например, в рамках семейных, корпоративных и городских мероприятий возможно проведение:

- народных, спортивных игр и занятий на свежем воздухе (игра в городки, уличный баскетбол, катание на роликах, пейнтбол, плавание в открытом водоеме);
- любительские занятия на природе (агротуризм, походы, исполнение песен под гитару у костра, охота, рыбалка);
- культурно-художественный туризм (музейный и гастрономический туризм, посещение международных кинофорумов, театрально-зрелищных мероприятий, этнических фестивалей).

В настоящее время весьма востребованным становится развлекательный тип досуга – достижение рекреационных целей преимущественно через восприятие определенных видов и жанров искусства. Так, в развлекательном досуге задействованы разновидности и формы народного искусства (элементы сме-

хой культуры, бурлеск, веселая музыка и др.), а также профессионального искусства (буффонада, гротеск, эстрадно-зрелищные формы). Базовыми компонентами развлечений являются смех (вышучивание, юмор), праздничное настроение, легкая музыка.

Культура XX в. стимулировала потребность людей в современных масштабных развлечениях – в итоге родилось яркое музыкальное зрелище, получившее название шоу. Назначение культурной продукции и содержание досуговых занятий приобретает здесь ярко выраженный рекреационный характер. Шоу не требует от зрителей серьезных интеллектуальных усилий, порождает сильные ощущения и острые переживания, однако, сложной гаммы чувств, как правило, не вызывает.

Развлекательный тип досуга существует в следующих разновидностях:

– современные карнавалы, праздничные гулянья и мероприятия, сочетающие традиционные исторические и новые элементы (например, праздник смеха, проводы зимы, масленица);

– развлекательные мероприятия в помещениях (например, цирковые представления, вечера юмора и сатиры, капустники, развлекательные шоу, скетчи в концертных залах и на театральных подмостках);

– зрелищные виды разнообразной художественной продукции (например, комиксы, комедии, детективы, триллеры, эротика);

– легкая музыка (оперетта, мюзикл), популярные песни, жанровые композиции;

– увеселительные занятия на открытом воздухе и помещениях (например, представления, концерты, аттракционы, викторины, состязания, забавы на городских улицах, в парках и развлекательных центрах);

– игровая деятельность в помещениях (например, казино, игровые автоматы, тотализатор).

Досуг, связанный со СМИ и аудиовизуальной продукцией. Массовые формы досуга формируют особый тип, связанный с обращением людей к СМИ,

включая глобальные средства информации и коммуникации. В этом случае досуг связан с обращением людей к:

- печатной продукции (чтение газет, журналов, книг);
- аудиопродукции (прослушивание радиопередач, музыкальных звукозаписей);
- видеопродукции (просмотр кино, телепередач);
- средствам мультимедиа (обращение к обучающим программам, интерактивным презентациям, компьютерным играм);
- глобальным сетям (общение и развлечение посредством Интернета, ФИДОНета).

В последние десятилетия XX и в начале XXI в. указанные разновидности досуга в развитых странах мира имеют устойчивую тенденцию к росту. Они охватывают массовую аудиторию, ориентированы на частое обращение к ним людей, связаны со значительными затратами времени и определенным объемом финансовых вложений, а также получением прибыли.

*Классификация досуга по числу участников.* По мере перехода от малочисленных групп к группам со средним, высоким и сверхвысоким числом участников меняются организационные приемы и технологии культурно-досуговой деятельности, что связано с изменением материально-технических, финансовых и кадровых показателей. Число участников групп может быть следующим: небольшая группа участников досуга (2-7 человек); средняя группа (до 30 человек); большая группа (30-100 человек); сверхкрупная группа (более 100 человек). Точную цифру членов группы назвать в данном случае сложно. Но это должно быть такое количество людей, за действиями которых организатор досуга может реально наблюдать в стабильной культурной ситуации, порождая в них непосредственную ответную реакцию).

На многолюдных гуляньях, в местах массово-зрелищных мероприятий собираются одновременно тысячи и десятки тысяч людей. В этом случае речь идет о массовой аудитории досуга. Безусловно, в данном случае организаторы досуга не способны непосредственно одновременно общаться с таким количе-



ством людей. Здесь нужны особые способы и технологии организации культурно-досуговой деятельности.

Досуг в зависимости от степени сплоченности внутри группы. Характер досугового общения меняется в зависимости от социальной солидарности аудитории. В случае, например, телевизионной трансляции с места события мирового значения за ней следят в режиме реального времени миллионы зрителей, однако они не в состоянии напрямую общаться между собой, хотя после передачи многие из них со своими знакомыми, конечно, будут обсуждать увиденное. Коммуникация между людьми, увлеченными одним и тем же досуговым занятием, может осуществляться на индивидуальной основе, в домашней обстановке, на базе традиционных и современных каналов связи.

Возможности взаимодействия людей друг с другом возрастают с использованием глобальных технических средств. Правда, и здесь действует правило: чем меньшее число людей задействовано на одном и том же канале связи в определенный промежуток времени, тем более активным может быть их взаимодействие. Чем больше аудитория одного канала, тем труднее участникам взаимодействовать в режиме реального времени. Однако в настоящее время аудитория разных интернет-конференций, форумов, страниц исчисляется сотнями и даже тысячами участников.

*Классификация досуга по степени сложности:*

– одно несложное занятие, которое, однако, может состоять из ряда этапов или несходных между собой процедур (например, уход за цветами, чтение книги). К таким занятиям человек может обращаться одновременно, поочередно или с перерывами. В качестве примера можно привести отдых в ресторане. Там происходит беседа пришедших вместе людей, выбор блюд и напитков, поглощение пищи, прослушивание музыкальных номеров, просмотр хореографических композиций, участие в танцах, исполнение песен под караоке, участие в конкурсах и розыгрышах;

– более сложное по структуре досуговое занятие, которое, в свою очередь, может состоять из комплексных мероприятий, одновременно происходя-

щих или следующих друг за другом, каждое из которых собирает свою аудиторию. Например, во время городского праздника на улицах проходят разнообразные культурные мероприятия, за которыми наблюдают или принимают участие зрители (выступления артистов на концертных площадках, спортивные соревнования, шуточные состязания зрителей в остроумии, сообразительности и ловкости, выставки народного творчества, аттракционы). На подобных праздниках люди могут не только реализовать свои культурные потребности, но и приобрести изделия культурно-бытового назначения, посетить пункты общественного питания;

– сложные досуговые занятия, представляющие собой ряд самостоятельных и сложных культурных мероприятий. Многие из них имеют несхожий характер, что позволяет участникам выбирать предпочтения.

Занятия растягиваются на несколько дней и перемежаются с занятиями чисто утилитарного назначения. К такому типу досуга принадлежат, например, разного рода биеннале, фестивали, смотры-конкурсы, карнавалы, а также продолжительные туристические путешествия. Участникам предлагается ряд целевых мероприятий, а также дополнительных развлекательных занятий, в перерывах между которыми они могут осуществлять длительные или кратковременные переезды. В этом случае в программе также выделяется время на реализацию первичных потребностей участников мероприятия (еду, гигиену, физиологический отдых).

*Другие разновидности досуга.* Право на существование имеют и другие варианты досуга, которые широко не распространены в специальной аналитической литературе и, чаще всего, имеют вспомогательный характер. Например, выделяют серьезные и обычные виды досуга. Под серьезным досугом понимаются занятия, которые, во-первых, требуют от личности активности, творческого подхода, упорства, во-вторых, носят созидательный и развивающий характер, способствуют самореализации личности и ее духовному росту, а в-третьих, носят не случайный, а устойчивый характер, определяя целые этапы жизни человека. Так, в качестве серьезного досуга могут выступать многие любитель-

ские занятия, увлечение которыми впоследствии может стать профессией. В отличие от серьезного досуга обычные занятия не затрагивают глубинные структуры личности и не формируют отчетливо творческих качеств. Их выполнение требует от человека минимальных усилий и стандартных действий (пассивный отдых дома, прогулки на свежем воздухе, купание в водоемах, загораживание на солнце). Экстравагантные виды досуга характерны для отдельных народов или исторических эпох, часть из которых дошла до нашего времени. Подобные виды досуга, как правило, не встречаются в других местах, но сохраняются у жителей определенного поселения или конкретной страны как отголоски далекого прошлого, когда они были частью местной праздничной традиции. Так, в одном из небольших городов южной Италии в эпоху средневековья зародился праздник, который называют «апельсиновые бои» и который жители проводят до настоящего времени. Этот праздник любим горожанами и вызывает немалый интерес у туристов. В праздничный день по главной улице городка едет повозка, на которой стоят несколько мужчин. По краям дороги выстраиваются участники праздника и забрасывают повозку апельсинами. Стоящие в ней мужчины отбиваются. Ситуация порождает смех и всеобщее веселье. Не только в Европе, но и во многих странах мира сохранились экстравагантные зрелища и разновидности общественного досуга. Например, в Объединенных Арабских Эмиратах пользуются немалой популярностью бега с участием одногорбых верблюдов, которых специально выводят для этой цели.

К сожалению, экстравагантный досуг исторически связан с самодурством состоятельных слоев общества. Можно вспомнить время, когда представители европейских монархий или аристократических родов развлекались тем, что унижали горбунов, карликов, калек или людей из низших слоев общества. В настоящее время в некоторых странах с высоким уровнем благосостояния появились фитнес-клуб для домашних любимцев. В клиниках для животных хирурги делают животным пластические операции, чтобы собаки или кошки более походили на плюшевые игрушки. Умерших животных хоронят на специальных кладбищах. Состоятельные люди часто содержат дома экзотических животных,

среди которых имеются не поддающиеся приручению. Однако, такие животные требуют вольерного содержания, специалистов по надзору и специальных мер безопасности. Ряд экстравагантных досуговых занятий связан со стремлением современного человека получить острые ощущения. В свободное время люди хотят пережить сильные эмоции и получить впечатления, которые запомнятся надолго. На основе такого рода потребностей родился экстремальный туризм.

Далеко не всегда стремления любителей острых ощущений, а также желание организаторов удовлетворить спрос на подобные ощущения бывают совместимы с нравственностью. Так, одна из туристических фирм, занимающаяся поездками в Юго-Восточную Азию, приглашала желающих посетить места катастрофы в Таиланде, побережье которого подверглось в декабре 2004 г. разрушительному воздействию цунами. В качестве мероприятий предлагалась раздача гуманитарной помощи, наблюдение за картиной разрушений, участие в похоронах погибших. В этом случае можно говорить не только о неразборчивости целей и содержания туристического маршрута, но и о конфликте организаторов туристических поездок со здравым смыслом и общественной моралью.

В особую разновидность экстравагантных досуговых занятий следует выделить такие, которые имеют откровенно антиобщественный или противоправный характер.

### **Тема 18. КДД как часть общественной и экономической практики современного мира**

В конце XX века в развитых странах стали проявляться признаки постиндустриального общества. Его динамика определялась не индустриально-массовым производством, а наукоемкими информационно-компьютерными технологиями, развитием услуг в социальном и культурно-досуговом сегментах сервиса. Информационная революция приводит к формированию единого культурного пространства, наступает эпоха плюрализма и полистилизма.

Подобная системная трансформация, разумеется, накладывает отпечаток на проведение человеком свободного времени. Формируется глобальная инфраструктура индустрии досуга и культурно-досуговой деятельности с ее отличиями

тельными параметрами. Особое место во взаимодействиях последней трети XX в. начинают занимать компьютерные сети, позволяющие осуществлять децентрализованное общение миллионам людей в режиме реального времени. Отражением глобализационных процессов служит развитие индустрии глобального туризма. Постиндустриальное общество меняет соотношение между рабочим и свободным временем в сторону увеличения объема последнего. В основе этого явления лежит ряд причин. Во-первых, индустриальное и постиндустриальное общество постепенно отчуждают человека от труда. Во-вторых, постиндустриальное развитие ведет к тому, что техника и технологии различного рода в производстве разных товаров и услуг позволяют обходиться меньшим количеством работников. Американский экономист Дж. Рифкин, автор книги «Конец труда» утверждает, что с середины XXI столетия 5% мировой рабочей силы будет достаточно, чтобы обеспечить весь сектор производства и услуг.

С целью недопущения катастрофической социальной деструкции в разных странах вводится неполный рабочий день или неполная рабочая неделя. Неблагоприятные диспропорции между числом занятых и безработных, а также между временем, отводимым на труд и на отдых, дополняются неблагоприятными психологическими тенденциями. Умножение стрессовых ситуаций в крупных городах мира влечет распространение психических эпидемий – у людей повышается раздражительность, агрессивность, бессонница. Поэтому неудивительно, что многие люди стремятся к развлечениям и праздности. Правда, эта тенденция неодинакова в разных странах. Особенно она характерна для стран Западной Европы и, отчасти, даже для Японии, чье население традиционно отличалось высокой трудовой мотивацией. Но эта тенденция слабо фиксируется в США. Ее почти нет в новых индустриальных странах Юго-Восточной Азии. Однако ряд теоретиков все же ожидают усиление данной тенденции в будущем и говорят о наступлении в скором будущем цивилизации досуга. Постиндустриальное общество, помимо диспропорций между производственным и досуговым временем, несет более серьезные издержки социально-

культурного и духовного плана. Динамичное развитие техногенной цивилизации приводит к кризису самого человека.

Современный темп жизни, высокая насыщенность искусственной среды техникой, распространение бездуховности создают неблагоприятные условия для семьи и отдельного человека. Социологические исследования подтверждают, что люди испытывают общую духовную дезориентацию, например, деформируется потребность в супружеских отношениях и детях. Досуг в таких условиях может приобрести значение суррогатного отдыха, которое не оздоравливает, а еще больше разлагает общество. Если в различных традиционных культурах существуют социальные механизмы, позволяющие человеку преодолевать временную душевную опустошенность, чувство утраты смысла жизни, то постиндустриальное общество не имеет надежной опоры, чтобы помочь человеку.

Тенденции дегуманизации досуга в настоящее время свойственны в большей степени развитым в экономическом отношении странам. Однако, многие развивающиеся государства смогли успешно провести модернизацию экономики, сформировать современный уклад жизни населения, когда традиционные и современные нормы досуговой деятельности органично интегрированы друг в друга.

На примере ряда ведущих направлений и форм культурно-досуговой деятельности рассмотрим наиболее значительные сдвиги, произошедшие в ряде важнейших ее сегментов в постсоветский период, который в отечественной культурологической традиции принято рассматривать как этап системной трансформации советского общества и его культуры. В наше время наряду с рядом отрицательных тенденций, имеющих непосредственное отношение к распространению на постсоветском ценностей глобальной «цивилизации досуга», происходит оживления традиционных, самодеятельных, религиозных, а также профессионально-творческих начал. Возрождаются традиции отечественной предпринимательской активности в сфере культуры, искусства и досуга.

### *Организация некоторых видов массового самодеятельного досуга*

Снятие административных ограничений и идейных запретов по отношению ко многим самодеятельным занятиям привело к своеобразному «взрыву» любительского досуга, который в настоящее время существует в разнообразных формах – стихийных и целенаправленных, неорганизованных и полуорганизованных, реализуемых любителями абсолютно самостоятельно или с помощью профессиональных менеджеров. Многие любительские занятия отражают альтернативные формы проведения досуга, которые редко встретишь в коммерческих сегментах организованного досуга.

Корни многих любительских занятий вырастают не только из советского, но и из дореволюционного времени. В нынешних условиях эти занятия получают активное развитие, что стимулирует появление их новых разновидностей. В советский период коллекционирование подлинных картин, редких книг, предметов старины официально не запрещалось, но к нему относились с подозрением. Сегодня коллекционирование редких предметов и художественных ценностей переживает ренессанс, что во многом объясняется появлением на постсоветском пространстве состоятельных групп населения, формирующих спрос на предметы старины.

В крупных городах СНГ сформирован рынок антиквариата, действуют специализированные салоны-магазины и аукционы. Вместе с тем, настоящие коллекционеры избегают массовых продаж. Их занятие во многом носит не показательный характер, а связано с тщательной экспертизой, конфиденциальностью и личными доверительными отношениями. Особым объектом интереса организаторов досуга становятся и массовые любительские занятия, охватывающие масштабные социальные группы. Именно в этих группах можно использовать эффективные технологии и услуги, которые быстро самокупаются. В СНГ увлеченность людей определенными любительскими занятиями поддерживается производством товаров культурного назначения. Так, существует своего рода индустрия предметов ухода за домашними животными, массовое производство товаров для комнатного цветоводства, рукоделия.

Рассмотрим некоторые любительские движения, которые существуют не столько в индивидуальных или групповых формах, сколько в массовых, а значит требуют особенной организации и сервиса. Именно такие движения являются перспективными с точки зрения профессиональных менеджеров досуга, которые ищут свою нишу в отечественном досуговом бизнесе и способны оказать необходимую помощь любителям в организации их мероприятий.

*Развитие фестивального движения.* Фестиваль самодеятельной авторской песни родился в СССР в 1968 г. Он был назван в честь рано ушедшего из жизни студента Куйбышевского авиационного института В. Грушина, который сочинял и исполнял песни. В советский период Грушинский фестиваль не раз запрещался и проводился в условиях полуподполья. Обрести публичный статус он смог только в постсоветский период.

Грушинский фестиваль проводится каждый год в июне. Это облегчает проживание его участников в туристских палатках. Со всех концов Российской Федерации и ближнего зарубежья на фестиваль собираются старожилы, исполнители-новички, а также их слушатели. На фестивале несколько тематических площадок (военная песня, детская песня). Фестиваль – это живой творческий процесс, коллективное сотворчество всех его участников. Зрительская аудитория обязательно подпевает авторам. Организационные технологии проведения фестиваля складывались спонтанно, в процессе самоорганизации участников. Эффективные формы и технологии проведения постепенно закреплялись. Этот фестиваль давно начал получать финансовую и организационную помощь извне. Его спонсорами выступают солидные производственные коллективы, телевизионные и радиоканалы, крупные российские газеты. С недавних пор фестиваль приобрел статус международного, но проходит под патронажем правительства Самарской области.

Бессменный президент клуба им. Грушина Б. Кейльман отмечает, что в настоящее время стало трудно решать проблемы размещения медицинских пунктов и гостей под открытым небом, вопросы уборки мусора. В этой ситуации целесообразно обратиться к профессиональным менеджерам досуга. Одна-



ко организаторы опасаются, что проведение фестиваля целиком на рыночной основе уничтожит его романтику. Президент клуба считает, что подобного рода культурные явления изначально носят альтернативный характер, но нуждаются в государственной и региональной поддержке.

Слеты байкеров (мотор-шоу). Байкеры не ставят перед собой сугубо творческие цели. Главное для них – общение и демонстрация техники. В этом случае организаторам удается сочетать самодеятельное начало с некоторым объемом сервисно-коммерческих функций. Слет байкеров обычно проводится вдали от крупных городов, в сельской местности. Территория должна иметь хорошие подъезды и располагать возможностью для проведения мотокросса. Организаторы официально приглашают определенное число людей, среди которых известные и почетные члены движения байкеров, рок-музыканты, участники альтернативных художественных течений. Участие и труд некоторых приглашенных участников, как правило, оплачивается. Основное число зрителей покупают

билеты (причем плата довольно высока), что позволяет заложить коммерческую основу для проведения конкурсов, а также оплатить труд персонала, выполняющего сервисные, вспомогательно-организационные задачи. Число участников такого рода мероприятий в Российской Федерации достигает 10-20 тыс. человек. Участники приезжают из разных городов страны и СНГ. В программе шоу обязательно значатся мотокросс и конкурс на лучший мотоцикл. Параллельно проходят развлекательные конкурсы: на лучшую татуировку, соревнование на звание «самого толстого байкера». Подобные многолюдные мероприятия дают участникам огромный заряд энергии.

Этнофестивали и фестивали мировой культуры. Рассмотрим еще одну разновидность любительского досуга, объединяющего целителей, нестандартно мыслящих художников, музыкантов, а также знатоков традиций различных народов мира, любителей экзотических занятий и видов творчества. В условиях глобализации культуры этническое движение переросло в фестивали мировой культуры. На свои встречи организаторы приглашают всех желающих. Участ-

ники привозят с собой костюмы, культовые предметы, оборудование. Такой фестиваль, как правило, требует аренды территории и (или) помещений. Всем желающим продаются билеты. В 2005 г. для этого фестиваля был снят подмосковный спортивный комплекс «Сорочаны». На территории комплекса стояли специально возведенные в этническом стиле павильоны и шатры, где демонстрировались разнообразные фольклорные традиции, музыка, кухня. Можно было приобрести сувениры. Зрители и участники могли присоединиться к занятиям китайской гимнастикой тай-цзи цзю-ань, спеть мантры с кришнаитами, станцевать под африканские барабаны, послушать лекцию по философии К. Кастанеды, оценить велосипедный экстрим, полетать на парашюте или понаблюдать шоу воздушных змеев и монгольферов. В данном случае бескорыстная демонстрация своих занятий перед аудиторией и обмен опытом сочетаются с коммерческим расчетом и платным обучением новичков. Мероприятия такого рода создают благоприятные условия для расширения индивидуального кругозора, дают возможность обучиться редким любительским занятиям у мастеров, позволяют наладить новые социальные связи и общение по интересам.

Организация культурно-художественных фестивалей и конкурсов. В переходный период организационная, материально-техническая и финансовая основы деятельности важнейших художественных отраслей претерпели серьезную трансформацию. Однако творческие поиски творческих коллективов в этот период не прекращались. В рамках культурно-досуговой деятельности культурно-художественные фестивали и конкурсы играют огромную роль. Они интегрируют общество, создают атмосферу праздника, позволяют увидеть новые таланты и познакомиться с результатами творческих поисков. В СССР фестивальная деятельность носила официальный и политизированный характер. Однако многие фестивали, появившиеся в советский период, продолжают существовать и активно развиваться и в постсоветские времена. Это Московский международный кинофестиваль, Открытый фестиваль неигрового кино «Россия» в Екатеринбурге (прежде – Фестиваль документального кино в Свердловске).

В настоящее время отечественные фестивали, форумы и конкурсы стали более многообразными по целям и характеру, приобрели новые функции. В последние годы в Российской Федерации ежегодно проводится более 200 культурно-художественных фестивалей. Среди них есть широко и менее известные, самодеятельные и проводящиеся на профессионально-организованной основе, коммерческие и благотворительные, регулярные и единичные.

Кинофестивали. Московский международный кинофестиваль собирает актеров и режиссеров из разных стран мира. Главный приз – золотая статуэтка Святого Георгия. Международный кинофорум «Золотой Витязь», проводится в разных городах России и даже за пределами страны. Например, в 2005 г. фестиваль проходил в Челябинске. Девиз фестиваля: «За нравственные христианские идеалы и возвышение души человека». Призами награждаются три лауреата в шести номинациях (игровое, детское, документальное, анимационное, телевизионное и студенческое кино). Особенностью настоящего времени является проведение кинофестивалей в российских регионах. Начал свою жизнь кинофестиваль «Новое кино России», который поначалу проходил в различных городах Свердловской области, а после того как получил статус всероссийского, стал проводиться в других регионах страны – Ханты-Мансийске, Челябинске. На территории Уральского федерального округа зародился Фестиваль антропологического фильма, или, как его еще называют, «Кочующий Северный кинофестиваль». Он проводится в различных городах. Его герои – местные народы Крайнего Севера и Арктики, в образе жизни которых огромную роль играет регулярная смена мест проживания. С 1995 г. в Перми проходит Международный фестиваль нового документального кино «Флаэртине» под руководством П.Печенкина. По целям и характеру он близок Фестивалю антропологического кино. В Тюмени родился телефорум «Белые пятна истории», организатором которого выступают телерадиокомпания «Регион- Тюмень». Телефорум посвящен познавательным-аналитическим задачам, что не часто встречается в современной кинофестивальной практике.

Театральные фестивали исключительно многообразны по своим целям и местам проведения. Причем в советский период, когда театр переживал расцвет, такого многообразия театральных фестивалей не существовало. Широко известен российский Национальный театральный фестиваль и премия «Золотая Маска». Театральными столицами в Российской Федерации по праву считаются Москва и Санкт-Петербург, где театральные фестивали проводятся несколько раз за один сезон. Например, летом 2005 г. в Москве проводился фестиваль «Этника». В Санкт-Петербурге постоянно проводятся фестивали «Балтийский Дом», фестиваль ТЮЗов, фестиваль русских театров СНГ. В Белгороде постоянно проводится фестиваль «Артисты России — Щепкину»; в Вологде — «Голоса истории», в Брянске — «Славянские встречи». Театральные фестивали проходят в Орле, Пскове, Екатеринбурге, Челябинске, Магнитогорске, Рязани, Калуге. С 1998 г. существует Международный театральный фестиваль тюркских народов «Навруз». Его коллективными организаторами выступают российские федеральные органы культуры, Министерство культуры Республики Татарстан, Международная организация по совместному развитию тюркской культуры и искусства «Тюрксой», союзы театральных деятелей Российской Федерации и Республики Татарстан. В 2005 г. участниками были театральные коллективы не только из городов России (Горно-Алтайск, Казань, Оренбург, Уфа), но и из стран СНГ (Баку, Ашхабад, Бишкек).

Музыкальные фестивали, смотры, конкурсы. Их цели, тематика, характер также свидетельствуют о широком диапазоне музыкальной жизни СНГ. В настоящее время проводится множество смотров в области популярной музыки и шоу-бизнеса. В Российской Федерации это Национальная премия «Овация», ряд джазовых фестивалей, фестивали рок-н-ролла. Существуют более серьезные музыкальные смотры, например, Международный музыкальный фестиваль «Белые ночи Санкт-Петербурга». В последние годы проводятся музыкальные мероприятия, имеющие альтернативный характер по отношению к ведущим тенденциям в области популярной музыки. Так, в 2005 г. впервые прошел Всероссийский фестиваль-конкурс патриотической песни «Это Родина моя», кото-

рый показал огромный интерес молодых авторов, исполнителей и аудитории к жанру, развитие которого в постсоветский период, казалось, прервалось. На конкурс было подано 600 заявок. Отборочные туры также проходили в различных городах. Из названий песен («День без выстрела», «Белые поленья», «Мой Ленинград», «Дом родной», «Уголок России», «Великий Устюг») видно, что многие авторы связывают патриотизм, прежде всего, с любовью к малой родине. В итоге премии достались не только жителям Москвы и Санкт-Петербурга, но и участникам из Кургана, Тюмени, Томска, Уфы, Новосибирска, Пензы.

В настоящее время в СНГ немало любителей классической музыки, редких музыкальных стилей. Так регулярно проходит Всероссийский конкурс молодых исполнителей старинной западноевропейской музыки в т.н. аутентичном стиле.

Масштабные культурно-художественные фестивали, смотры, конкурсы являются праздничными мероприятиями. Вместе с тем, они помогают их участникам преодолеть творческую разобщенность и ощущение кризиса искусства, объединяют не только профессионалов, но и широкую публику. Фестивали и конкурсы на фоне заметного спада посещаемости государственных учреждений культуры собирают многочисленные аудитории. Это свидетельствует о том, что диапазон художественно-досуговых потребностей населения СНГ остается исключительно многообразным и богатым.

Новые формы музейного обслуживания. Одной из наиболее сложных проблем в области культуры и искусства в постсоветский период является адаптация к рыночным условиям государственных некоммерческих учреждений культуры. Так, по настоящее время большинство музеев в Российской Федерации и других государствах СНГ остаются государственными, а значит, финансируются из государственного бюджета. Появившиеся немногочисленные частные музеи, работающие по принципу самоокупаемости, пока не составляют им серьезной конкуренции. Частные музеи, которые могут носить как коммерческий, так и некоммерческий характер, более чутко относятся к массовому спросу, активно внедряют инновационные технологии обслуживания. Интерес-

ный факт: в целом для постсоветского периода характерно трехкратное увеличение числа музеев различной принадлежности, при этом посещаемость музеев снизилась. Отсюда вытекает необходимость анализа причин подобной динамики и путей выхода из сложившейся ситуации.

В настоящее время отрабатываются новые виды сервиса, обновляются маршруты экскурсионного обслуживания, расширяется круг платных услуг (в частности, продажа в музеях брендовой и сувенирной продукции, товаров культурного назначения). Осваиваются новые темы экспозиционной работы, раскрываются различные точки зрения на исторические явления. Современные музеи стараются удовлетворить разносторонние потребности и досуговые запросы посетителей. Так, многие музеи, откликаясь на интерес посетителей к прошлому, а также к загадочным случаям из жизни исторических персонажей, нередко проводят экскурсии в одежде былых времен, а также помимо твердо установленных исторических фактов вводят в экскурсионный материал слухи, легенды. Так, сотрудники Русского музея разработали специальную ночную экскурсию по Михайловскому замку, принадлежавшему Павлу I. В бывшей спальне царя посетителям рассказывают в основном достоверные сведения о событиях мартовской ночи 1801 г., когда царь был убит. При этом упоминают и о том, что, по слухам, в ночном замке гуляет привидение в образе Павла I. Ночные экскурсанты получают возможность слышать звук шагов «невидимого Павла». Экскурсии такого рода пользуются спросом среди определенных групп посетителей.

Инновационные прорывы работники музеев чаще всего связывают со следующими направлениями:

– преодоление ограниченности привычных видов экспозиционной работы, возрождение идеи «живого музея». В этом случае основная экспозиция (документы, мемориальные предметы) дополняется конкретными формами живой активности (например, художественным творчеством, музыкой), воссоздающими реалии ушедшей эпохи;

– комплексные подходы к восстановлению исторических форм общественной жизни с той мерой полноты и целостности, которую позволяют сделать это современные реалии;

– умножение сервисных аспектов работы музея.

Удачной иллюстрацией к восстановлению работы «живого музея» может стать осуществление в Санкт-Петербурге и его окрестностях проект «Большой вальс» (артдиректор Ю. Кантор). Проект реализовывался в течение четырех летних сезонов в музеях Петербурга, Царского Села, Павловска, Петергофа. Авторы проекта опирались на исторический факт: в середине XIX в. знаменитый король вальсов И. Штраус несколько раз приезжал летом в столицу, где проходили гастролы симфонического оркестра под его управлением. При этом композитор ставил перед собой не столько коммерческие задачи – Петербург вдохновлял его на творческие замыслы. Известны произведения, созданные им здесь и вошедшие в музыкальную мировую сокровищницу: кадрили «На Стрельнинской террасе», вальсов «Прощание с Петербургом», «Воспоминания о Павловске», польки «Нева». В ходе проекта «Большой вальс» в тех петербургских местах, где выступал Штраус, проходят одиннадцать концертов (по числу летних сезонов маэстро в России). При этом современные оркестры исполняют музыку XIX в., включая произведения самого австрийского композитора. Подобные концерты проводились в Павильоне роз и Тронном зале Павловского дворца, в Белом зале Большого Петергофского дворца, в Екатерининском дворце Царского Села, в Эрмитажном театре и в Большом зале Петербургской филармонии. Таким образом, проект достигает одновременно несколько культурных целей: во-первых, возрождает традицию летних музыкальных сезонов, имевших место в прошлом, во-вторых, интегрирует современное творчество исполнителей в наиболее органическое для их музыки пространство, в-третьих, оживляет музейную атмосферу живой музыкой, порождая у современников многообразные ассоциации.

С особой остротой идеи полноты, жизненности и достоверности заповедной территории встают перед крупными музейными комплексами дворянско-

усадебного типа. В последние годы проблемы интеграции музейных комплексов в современную жизнь активно обсуждаются теоретиками культуры и специалистами музейного дела. В Российской Федерации идею живого музея в настоящее время на практике развивают Государственный мемориальный историко-литературный и природно-ландшафтный музей-заповедник А.С. Пушкина «Михайловское», Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна».

В советский период доминировала концепция, утверждавшая, что усадебные музейно-исторические комплексы должны оставаться неприкосновенными в том виде, в каком они пребывали на момент смерти хозяев. Подлинность внутренних покоев, функциональная адекватность вещей и предметов, связанных с хозяевами усадеб, во многих музеях достигалась, действительно, поразительная. При этом основными видами деятельности долгое время оставались обычная экскурсионная работа и культурное просвещение.

Однако подлинность оказывалось практически невозможно сохранить по отношению к тому, что оставалось за стенами музейных комнат: природе и культурному окружению. Если интерьер жилых комнат можно оживлять фактом присутствия хозяев или известных фигур (с опорой на уникальные личные вещи и творчество), то это труднее делать с функциональными усадебными пространствами – помещением, где жила прислуга, хозяйственными пристройками, окружающей комплекс жилой застройкой.

Во второй половине 1990-х годов среди специалистов стала обсуждаться проблема восстановления музейно-усадебного комплекса как живого организма с культурно-просветительными, сервисными, практическими функциями. Например, можно предметно продемонстрировать, каким образом на данной территории развивались хозяйственные занятия: в конюшне должны быть живые лошади, а в саду – ульи с пчелами. Можно показать посетителям в действии ремесленные и промысловые занятия, существовавшие когда-то в окрестностях. Музей-усадьбы должны иметь возможность осуществлять прямые связи с туристскими агентствами в различных городах Российской Федерации, СНГ, странах дальнего зарубежья.



Новации в деятельности музейных комплексов должны проектироваться и внедряться осторожно, чтобы не повредить сохранность историко-культурного наследия. Было бы опасно увлечься массовым спросом и превратить музейную территорию только в развлекательный комплекс, зарабатывающий деньги. Поэтому в оживлении деятельности музеев усадебного типа должно обязательно присутствовать чувство меры.

Ядро музейной территории – основная экспозиция, состоящая из подлинных предметов и вещей, должна сохраняться по возможности в аутентичном виде, без неоправданных вторжений современных реалий. Но на некотором территориальном отдалении могут вводиться элементы живой практики, которые были характерны для прошлого. За пределами усадебного комплекса – там, где осуществляется повседневное обслуживание посетителей, – должны быть расположены многочисленные сервисные центры современного типа (кафе, рестораны, бары, гостиницы, кемпинги, торговые точки). Здесь вполне уместно стилизованное обращение к старине и развлекательным видам отдыха.

Культурная жизнь в Республике Беларусь. В настоящее время культурная жизнь Витебщины богата и разнообразна. В Витебской области два театра (Национальный драматический театр им. Я. Коласа и белорусский театр «Лялька» («Кукла»), областная филармония, концертный зал, 755 клубных учреждений. Об истории культуры рассказывают двадцать семь музеев, в том числе Витебский областной краеведческий музей, Национальный Полоцкий историко-культурный музей-заповедник, Дом-музей М. Шагала. Инициативная группа по увековечиванию памяти М. Шагала была создана в 1990-х годах. Шагаловский комитет во главе с А. Подлипским установил скульптуру М. Шагала на улице Покровской (скульптор – витебчанин Н. Гвоздилов). Стали регулярно проводиться Шагаловские дни, на которые приезжают искусствоведы, художники и поклонники таланта художника со всего мира. Усилиями комитета по схемам и рисункам удалось восстановить кирпичный дом Шагалов на улице Покровской. С 1997 г. в здании открыт Мемориальный дом-музей М. Шагала – самый интересный туристический объект в исторической части Витебска. Оригинальных

предметов в Музее немного: одна тарелка, разделочная доска, аптека матери художника и серебряный поднос.

Сотрудники музея постарались максимально приблизить обстановку музея к настоящей: на стенах висит множество оригинальных фотографий, подаренных внучкой художника М. Мейер. Для музея отыскали фикус, похожий на тот, который на многих своих рисунках рисовал Шагал. Во дворе дома поместили скульптуру «Скрипка Шагала» (скульптор – витебчанин В. Могучий). Достоверность мету придает сохранившаяся часть каменного мощения двора. На день рождения художника поклонники его таланта встречаются во дворе за празднично накрытыми столами, устраивают творческие конкурсы, образовательные и развлекательные мероприятия, проводят пленэры. К Дому-музею примыкает Арт-центр (директор Л. Хмельницкая).

В Витебской области имеются четыре государственных учебных заведения (университет им. П. М. Машерова, медицинский и технологический университеты, а также Академия ветеринарной медицины). В Витебской области проводится более тридцати фестивалей различного уровня, конкурсы и пленэры. Среди международных фестивалей наиболее известны «Славянский базар», современной хореографии, «Колокола Софии», «Звенят цимбалы и гармонь». В Могилевской области плодотворно работают областная филармония, три театра (Могилевский областной драматический, театр кукол, театр драмы и комедии им. В. Дунина-Мартинкевича в Бобруйске), 558 дворцов, домов и центров культуры и клубов. Здесь проводятся разнообразные фестивали, в том числе Международный фестиваль духовной музыки «Магутны Божа», фольклорный фестиваль «Венок дружбы», Фестиваль камерной музыки им. Н. Чуркина, фестиваль детского творчества «Золотая пчелка», а также многочисленные пленэры и выставки. В 2008 г. в Бобруйске была предпринята попытка возродить фестиваль национальной драматургии. Быть ли этому фестивалю в дальнейшем – покажет время. Об истории региона рассказывают двадцать семь музеев, крупнейшим из которых является Могилевский областной краеведческий музей. Город Гомель обладает значительным образовательным, научным и куль-

турным потенциалом. В настоящее время в Гомельской области плодотворно работают множество учреждений культуры и искусства.

Развито народное творчество: действуют более трех тысяч самодеятельных художественных коллективов, более семисот любительских объединений (Народный театр Рогачевского дома культуры, народный ансамбль танца «Припять» Туровского Дома культуры, оркестр русских народных инструментов Речицкого Дома культуры). Работает зрелищно-культурный комплекс «Гомельский государственный цирк», областная филармония. Действуют четыре театра. Регулярно проводятся различные фестивали: международный фестиваль «Белорусская музыкальная осень», «Сожский хоровод», «Славянское братство», «Арт-сессия», «Ренессанс гитары». Десятилетие существования отметил международный фестиваль «Славянские театральные встречи». В 2008 г. на фестиваль приехали гости из Беларуси, Украины, России, Республики Якутия, Молдовы, Абхазии, Литвы.

С недавнего времени на белорусско-российско-украинском пограничье проводится Фестиваль восточнославянских культур. На Гомельщине действует ряд государственных учреждений, обеспечивающих получение высшего образования: Гомельский университет им. Ф.Скорины, Белорусский университет транспорта, Гомельский технический университет им. П. Сухого.

В настоящее время в Брестской области функционирует более полутора тысяч учреждений культуры (библиотеки, дома культуры, клубы). Широко известны народный ансамбль путешествующих музыкантов «Фэст» Барановичского Дома культуры, ансамбль народной музыки «Полешуки» Ивановского Центра культуры и народных традиций, ансамбль «Пинская шляхта» Пинского училища искусств. Об истории региона рассказывают одиннадцать музеев (музей Белорусского Полесья в Пинске, Музей спасённых ценностей, Музей железнодорожной техники, Кобринский военно-исторический музей, музей «Бездежский фартучек», музей-усадьба «Пружанский дворец», Музей природы в Беловежской пуще). В области стали традиционными праздники городов и деревень. Проводятся фестивали различного уровня (Международный театральный фестиваль

«Белая Вежа», «Январские музыкальные вечера», фестиваль регионального фольклора «Полесский хоровод»). В 1994г. состоялся первый съезд брестчан мира. Гродненская область – земля с богатыми историко-культурными традициями. Культурная жизнь области развивается благодаря трем театрам, областной филармонии, клубным учреждениям. В Гродно успешно функционируют Областной драматический театр и Театр кукол. Историю и культуру края берегут пятнадцать государственных музеев (Гродненский историко-археологический музей, Белорусский музей истории религий, Дом-музей А.Мицкевича в Новогрудке и Э.Ожешко и М.Богдановича в Гродно).

Регулярно проводятся Международный фестиваль фортепианной музыки, республиканский фестиваль искусств “Мирский замок”, областной фестиваль народной музыки “Играйте, музыки!”, Фестиваль национальных праздников и обрядов. С 1990-х годов на наблюдается создание множества национально-культурных объединений (к настоящему времени их создано 16). Поэтому неслучайно именно город Гродно был выбран местом проведения Всебелорусского Фестиваля национальных культур, который ежегодно проводится в июне и в настоящее время стал визитной карточкой города.

Культурным центром в Республике Беларусь, справедливо, является ее столица – город Минск. Среди самых интересных культурных событий последних лет – проходивший в третий раз Международный музыкальный фестиваль Ю. Башмета. С самого начала существования в основу фестиваля были положены “вечные идеи”. Первый фестиваль задумывался как праздник совместного музицирования мировых знаменитостей и белорусской творческой молодежи. Второй фестиваль ставил перед собой задачу международного сотрудничества и проходил одновременно в Минске, Витебске, Москве и Бонне. При этом подчеркивалась мысль о том, что гастрольные пути многих известных музыкантов в прошлом пролегали через территорию Беларуси. Особенностью третьего фестиваля стал жанрово-стилистический синтез. Идея полистилистики предопределила программу фестиваля: звучали и классика, и джаз. Фестиваль открылся выступлением фольклорных коллективов в городском

парке. На фестивале прозвучало “Языческое действо” В. Кузнецова в исполнении большого симфонического оркестра и аутентичных инструментов. В рамках фестиваля состоялись концерты “Теноры XXI века» и «Браво – классика». Произошли встречи известных музыкантов с педагогами и студентами Академии музыки.

Европейское отделение товарищества А. Страдивари привезло в Минск раритетную скрипку, на которой играли зарубежные и белорусские солисты. Накануне следующего фестиваля Ю. Башмета будет объявлен республиканский конкурс среди исполнителей на струнных смычковых инструментах, победители которого смогут сыграть на раритетах. В 2008 г. в Минске состоялся в пятый раз Международный фестиваль театральных моноспектаклей “Я”. Фестиваль был инициирован Белорусским центром Международного института театра. Фестиваль частично финансируется за счет ЮНЕСКО. В 2008 г. фестиваль прошел на сцене Театра-студии имени Е. Мировича и имел выраженную образовательную и практическую доминанту. В фестивале приняли участие актеры из Беларуси, Литвы, Украины, Великобритании. Его участники продемонстрировали различные театральные и режиссерские школы. В 2008 г. в Минске состоялось биеннале живописи, графики и скульптуры. Планируется сделать его традиционным, а также чередовать праздник станковой живописи с биеннале декоративно-прикладного искусства. На биеннале 2008 г. были представлены 350 произведений 285 авторов из Минска, Витебска и Гродно. Символом акции стало колесо: знак солнца, земли и неба, рождающий творческий порыв. С основной задачей биеннале справилось: мероприятию удалось непротиворечиво интегрировать представления различных галерей, творческих групп и школ, выявить новые тенденции и приоритеты современного белорусского искусства.

В Минской области протекает интересная и насыщенная культурная жизнь. На территории области работает 864 библиотеки, два театра (минский областной драматический театр и театр кукол “Батлейка” в Молодечно), множество Домов культуры, открыты пять филиалов вузов. В 1992 г. Создана музыкальная капелла “Санориус”. Про историю региона рассказывают шестна-

дцать государственных музеев (Национальный художественный музей Беларуси, Национальный музей истории и культуры Беларуси в Минске и его филиал в Молодечно, историко-культурный заповедник и музей природы в Заславле). В Минской области регулярно проходят разнообразные фестивали различных уровней (Национальный фестиваль белорусской песни и поэзии в Молодечно, Фестиваль белорусской камерной музыки в Заславле, фестиваль “Музы Несвижа”, областной фестиваль народного творчества “Напев земли моей”, областной фестиваль хореографического искусства “Хоровод друзей”). На Минщине работают более трех тысяч народных мастеров (вышивальщицы, ткачихи, резчики по дереву, мастера соломоплетения).

### **Тема 19. Игра как эффективная форма КДД**

Игра – вид непродуктивной деятельности, мотив которой заключается не в результатах, а в самом процессе. Игра – необходимый способ социальной жизни, то, что поддерживает идеал и определяет духовную жизнь эпохи. Но играть необходимо по правилам.

Игра – необходимый способ социальной жизни, то, что поддерживает идеал и определяет духовную. Игра – это свободная деятельность. Очень важна игра в понимании культуры. Именно в игре человек моделирует свои действия, независимо от того, является игра частью магического действия или нет.

Игровая концепция культуры была достаточно популярной в истории культурологической мысли. Одним из первых идею о взаимосвязи культуры и игры высказал Ф. Шиллер, О. Шпенглер, Х. Ортега-и-Гассет обращали внимание на игровой характер культуры, имея ввиду, в первую очередь, искусство.

Однако заслуга в концептуальном осмыслении игровой направленности культуры, обосновании роли игры как культуuroобразующего фактора истории, принадлежит нидерландскому мыслителю Й. Хейзинге.

Об игре как важнейшем факторе человеческой культуры и высшем проявлении человеческой сущности говорил нидерландский историк и философ Йохан Хейзинге в книге «Homo Ludens», что в переводе означает «Человек играющий». В своем труде Хейзинге защищает тезис об игровом характере куль-

туры. Игра творит культуру, человек есть существо, важнейшим свойством которого является способность играть, – таковы главные идеи Хейзинге.

Игра в концепции исследователя – это культурно-историческая универсалия. Хейзинге делает попытку вписать в «игровое пространство» не только искусство, но и науку, быт, юриспруденцию и военное искусство всех времен и народов. Поэзия родилась в игре и стала жить благодаря игровым формам. Мудрость и знание связаны со священными состязаниями. Право выделилось из обычаев социальной игры. На игровых формах базировались решение споров с помощью оружия и условности аристократической жизни. Хейзинге убежден, что культура в ее древнейших формах именно «играется». Игра опирается на действия с определенными образами, на «преображение» действительности, и именно в этом отношении игра предстает как фактор культурной жизни.

Под игровым элементом культуры у Хейзинге не подразумевается, что игры занимают важное место среди различных форм жизнедеятельности культуры. Не имеется в виду и то, что культура происходит из игры в результате процесса эволюции – в том смысле, что то, что первоначально было игрой, впоследствии переходит в нечто, игрой уже не являющееся, и что теперь может быть названо культурой. Ниже будет развернуто следующее положение: культура возникает в форме игры, культура первоначально разыгрывается. И те виды деятельности, что прямо направлены на удовлетворение жизненных потребностей, как, например, охота, в архаическом обществе предпочитают находить себе игровую форму. Человеческое общежитие поднимается до супрабиологических форм, придающих ему высшую ценность, посредством игр. В этих играх общество выражает свое понимание жизни и мира.

В поступательном движении культуры гипотетическое исходное соотношение игры и не-игры не остается неизменным. Игровой элемент в целом отступает по мере развития культуры на задний план. По большей части и в значительной мере он растворился, ассимилировался в сакральной сфере, кристаллизировался в учености и в поэзии, в правосознании, в формах политической жизни. При этом игровое качество в явлениях культуры уходило обычно из ви-

ду. Однако во все времена и всюду, в том числе и в формах высокоразвитой культуры, игровой инстинкт может вновь проявиться в полную силу, вовлекая как отдельную личность, так и массы в опьяняющий вихрь исполинской игры.

Представляется очевидным, что взаимосвязь культуры и игры следует искать в высоких формах социальной игры, то есть там, где она бытует как упорядоченная деятельность группы, либо сообщества, либо двух противостоящих друг другу групп. С точки зрения культуры сольная игра для самого себя плодотворна лишь в малой степени. Коллективная игра носит по преимуществу антитетический характер. Она чаще всего разыгрывается «между» двумя сторонами. Однако это необязательно. Танец, шествие, представление могут быть начисто лишены антитетического характера.

Среди общих признаков игры мы уже отметили выше напряжение и непредсказуемость. Даже в одиночной игре на ловкость, отгадывание или удачу соблюдается это условие. В антитетической игре агонального типа этот элемент напряжения, удачи, неуверенности, достигает крайней степени. Стремление выиграть приобретает такую страстность, которая грозит полностью свести на нет легкий и беспечный характер игры. Однако здесь выявляется еще одно важное различие. В чистой игре на удачу напряжение играющих передается зрителям лишь в малой степени. Азартные игры сами по себе суть примечательные культурные объекты, однако, с точки зрения культуросозидания их надо признать непродуктивными. В них нет прока для духа или для жизни. Иначе обстоит дело, когда игра требует сноровки, знания, ловкости, смелости или силы. По мере того как игра становится труднее, напряжение зрителей возрастает. Уже шахматы захватывают окружающих, хотя это занятие остается бесплодным в отношении культуры и, кроме того, не содержит в себе видимых признаков красоты. Когда игра порождает красоту, то ценность этой игры для культуры тотчас же становится очевидной. Однако, безусловно, необходимой для становления культуры подобная эстетическая ценность не является. С равным успехом в ранг культуры игру могут возвести физические, интеллектуальные, моральные или духовные ценности. Чем более игра способна повышать интенсивность жизни индивидуу-



ма или группы, тем полнее растворяется она в культуре. Священный ритуал и праздничное состязание – вот две постоянно и повсюду возобновляющиеся формы, внутри которых культура вы растет как игра и в игре.

Главный признак игры состоит в том, что она свободна, она есть свобода. Игра не есть «обыденная» жизнь и непосредственная жизнь как таковая. Она выходит из рамок этой жизни в сферу деятельности, имеющую собственную направленность. Игра, утверждает Хейзинге, может подниматься до высот прекрасного и священного, где оставляет серьезное далеко позади себя.

Обзор истории культуры приводит ученого к выводу об убывании игрового элемента в культуре. Вытеснение игры, начавшееся в XVIII веке, фактически заканчивается к XIX веку. Духом общества начинает завладевать понятие пользы. Получает признание идея о том, что экономический интерес полностью определяет ход истории. Труд и производство становятся идеалом общественной жизни. Игра же, бывшая ранее культуросозидающим фактором, перерождается в суррогат игровой деятельности – в спорт.

Духовное напряжение культурной игры, по мнению, Хейзинга, утратило даже искусство. В искусстве обособились две стороны художественной деятельности: свободно-творческая и общественно-значимая. Масса людей потребляет искусство, но не делает его необходимой частью своей жизни и тем более не творит его сама.

Анализ современного сознания ученый сопровождает понятием пуелиризм – понятием, которое передает наивность и ребячество одновременно. Пуелиризм противоположен игровому сознанию, он несет в себе несамостоятельность, грубость и нетерпимость юношества. В основе пуелиризма – путаница игры и серьезных вещей. Работа, долг, жизнь не воспринимаются современным человеком серьезно, и, наоборот, суррогатно-игровая деятельность приобретает серьезный характер. В пуелиризации культуры сыграло роковую роль вступление полуграмотной массы в духовное общение, приведшее к девальвации нравственных ценностей. Путь преобразования культуры ученый видит в распро-

странении нового общественного духа, возрождающего в широком культурном сознании первоизданную игровую природу.

Нарастанием утилитаризации сознания обеспокоен Ортега-и-Гассет, который обыденности, пошлости человеческого бытия противопоставляет дух игры. В докладе «О спортивно-праздничном смысле жизни» Ортега подчеркивает, что все виды деятельности, связанные с выполнением определенных целей, является проявлением второго порядка. В отличие от этого игровая деятельность вносит заряд бескорыстия, непринужденности, свободы в жизнь человека. Она преодолевает диктат необходимости, прагматизма. Это подлинный порыв творческих сил. Человек может подняться над серым, тоскливым миром повседневности благодаря стремлению к неутилитарным отношениям. Лучшей формой таких бескорыстных отношений является спорт. «Спортивность» — это не просто актуализация конкретной формы культуры, но скорее — состояние сознания, подлинный мировоззренческий принцип.

Концепцию игрового генезиса культуры развивает феноменолог Е. Финк в работе «Основные феномены человеческого бытия». Он выделяет пять основополагающих феноменов культуры — труд, господство, любовь, смерть и игра. Игра, согласно Финку, является всеобъемлющей, определяя развитие человеческого бытия. Играть может только человек. Ни Бог, ни животное играть не могут. Если бы удалось собрать и сравнить игровые обычаи всех времен и народов, классифицировать их, то это был бы ценнейший материал для понимания культурно-исторического развития человека. Ибо в игре отражены глубинные потребности человека, который стремится победить свою конечность, освободиться от бремени обыденности — тяжести, труда, борьбы за существование, тени смерти. Именно игра способна возвысить человека над природным царством. Здесь и рождается культура.

Известный польский философ Станислав Лем, развивая идею культуры как системы игр, тем не менее, утверждает, что культура все же не является только игрой, и скорее сравнима с биоценозом, поскольку они находятся в определенных, хотя и несхожих отношениях с природой. Культура относительно

природы частично пуста, однако, чтобы служить формой адаптации, культура должна выполнять минимум условий, обеспечивающих выживание человека. Степень конгруэнтности правил культурной игры как системы правил, установленных природой, может быть разной, но всегда должен выполнять минимум. Кстати, одна из главных задач науки – распознать и сформулировать «правила природы» в их абсолютной чистоте по отношению к культурной традиции.

Условия выживания, поставленные природой перед человеком, должны быть выполнены все без исключения, а культуры, как правило, избыточны по отношению к этому минимуму.

Стохастическая модель культуры предполагает, что в распоряжении эволюционирующего общества остается полоса свободы, которая заполняется поначалу случайными комплексами поведения. Однако со временем они застывают и уже навязывают человеку схемы долженствования и повинностей. Своеобразная черта культурных процессов – их «ненужная» избыточность в отношении адаптации. Конечно, есть и совпадения. Культура, полагает Станислав Лем, это такая метаигра, правила которой со временем могут усложняться, а могут и застыть. Стабилизация фиксирует данный образец, а усложнение может привести к радикальным изменениям. Техноэволюция переместила источники усложнения культуры за пределы сферы человеческого творчества, превратив личность в хрупкое звено возрастающего количества информационных процессов.

Таким образом, техноэволюция разрушает ценностные иерархии культурной традиции, несмотря на то, что источники многих ценностей «предусмотрительно» помещаются за пределами достижимого средствами науки мира – в сфере трансцендентного, запредельного, таинственного. Культура еще раз раскрывает свою двойственность – диалектику технико-инструментальной, критической рациональности и санкразированной, оберегаемой и охраняемой ценности.

В педагогике и психологии развития проблема игровой деятельности занимает значительное место. Игра рассматривается как «вид непродуктивной

деятельности, мотив которой заключается не в результате, а в самом процессе»<sup>1</sup>. Игра является жизненно необходимым компонентом деятельности любого человека. Для детей и подростков игра в большей степени имеет социализирующее, воспитательное, а также развивающее значение. «Для ребенка игра – это средство психологической подготовки к будущим реальным жизненным условиям»<sup>2</sup>. Психологами, например, установлено, что «не доигравший» в детстве ребенок в дальнейшей взрослой жизни становится инфантильным, т. е. для него серьезная жизнь выступает как продолжение детской игры. Он часто думает, что любую жизненную ситуацию можно начать заново, «переиграть». Игра необходима и взрослому человеку, для которого она является средством проведения досуга, активного отдыха и снятия психологического напряжения.

Игру ученые рассматривают как один из видов общественной практики, возникшей в древности. Истоками игры являются магические обряды первобытных людей. Уже в то время дети в своих забавах использовали игрушки, изготовленные из камня, кости, позднее – из глины. В игре воспроизводились и воспроизводятся нормы человеческой жизни и деятельности, подчинение которым обеспечивает познание и усвоение предметной и социальной действительности, интеллектуальное, эмоциональное и нравственное развитие личности. Отличительная особенность игровой деятельности – в ее добровольности, в высокой активности и контактной зависимости участников. Это особая сфера человеческой активности, в которой личность не преследует никаких других целей, кроме получения удовольствия от проявления своих физических и духовных сил.

Характерной чертой игры является ее двуплановость. С одной стороны, играющий выполняет реальную деятельность, осуществление которой требует действий, связанных с решением вполне конкретных, часто нестандартных задач; с другой – ряд моментов этой деятельности носит условный характер, позволяющий отвлечься от реальной ситуации с ее ответственностью и многочисленными обстоятельствами. Двуплановость обуславливает развивающийся эффект игры, помогает снять психологическое напряжение, т. к. в случае неудачи

игру можно повторить несколько раз (что часто невозможно в реальной жизни). Для людей, нацеленных на результат, жизненные неудачи являются фактором, угнетающим и замедляющим развитие личности. Игра же способствует развитию, обогащает жизненным опытом, готовит почву для успешной деятельности в жизни.

Ведущие педагоги всего мира уделяли огромное внимание игре. Многообразна литература о роли игры в развитии личности ребенка. Отечественная педагогика внесла свой вклад в теорию и практику игровой деятельности. К сожалению, необходимо констатировать тот факт, что сегодня происходит утрата традиций, связанных с игрой. Игра все реже используется педагогами. Вряд ли сегодня возможно утверждение, что игра пронизывает жизнь детских коллективов. С развалом пионерской организации, к сожалению, исчезли многие прекрасные традиции игровой деятельности, коллективной игры. Компьютеризация и телевидение заменили живое общение в игре взрослого и ребенка. Принцип игры применяется все реже. У детей возникает стихийный интерес к игре, выражающийся часто в том, что дети играют в плохие, иногда – в жестокие игры.

В социальной работе игра используется как в досуговой сфере, так и в реабилитационной.

Игра в структуре досуга. В любом возрасте игра как форма досуговой деятельности оказывает воспитательное и просветительное влияние. Воловик А. Ф., Воловик В. А. определили следующий педагогический эффект игры:

- моделирует жизненные ситуации борьбы и соревновательности;
- создает условия для взаимодействия и взаимопонимания;
- сплачивает, рождает временную общность;
- в кругу игры законы повседневной жизни не берутся в расчет;
- создает простор для фантазии, импровизации, творчества;
- реализует единство познания и рекреации;
- в ней могут проявляться положительные качества личности, которые в реальной жизни не находят отражения.

Игру в сфере досуга принято классифицировать: по форме (интеллектуальные, творческие, спортивные, подвижные), по количеству участников (индивидуальные, парные, командные), по цели (состязательные, ролевые), по месту проведения (за столом, на сцене, на открытом воздухе, в зале).

В социокультурной сфере спецификой игры является то, что она выступает как игровая форма, либо игровой компонент, либо игровая программа. «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)»<sup>1</sup>. Она строится и поддерживается с применением специальных средств, предполагает наличие позиций или ролей участников и особых механизмов, позволяющих породить движение игры, ее содержание, под которым понимается сюжет, правила игры и игровое действие, входящее в игру для достижения цели. Под игровым компонентом принято понимать группу игр, которые являются частью других видов деятельности. Игровой компонент может присутствовать в досуговой сфере (праздниках, шоу-программах, карнавалах и т. д.), учебном и реабилитационном процессах. Игровая программа представляет собой комплекс игр, которые объединены единым сюжетом. Приведем примеры игровых программ:

1) интеллектуально-познавательные программы, в которых преобладают интеллектуальные игры: викторины, игры со словами, игры с буквами, кроссворды, анаграммы, игры-тесты и др.;

2) конкурсные – включают разнообразные конкурсы: профессиональные, шуточные, сказочные;

3) физкультурно-оздоровительные – состоят из подвижных игр, состязаний в силе и ловкости, выносливости, укреплении воли;

4) фольклорные программы – это народные игры, танцы, хороводы, массовое пение, обрядовые игры;

5) в театрализованных программах ведущим является персонифицированный образ, герой того или иного произведения, сказочный герой;

б) азартные (коммерческие) – включают в основном азартные игры, или «игры шанса», где успех во многом зависит от культуры организации игры и везения;

7) профилактико-реабилитационные – состоят из игр для коррекции негативного психического состояния клиента и реабилитации инвалидов<sup>2</sup>.

Сформулируем основные общие требования, которые предъявляются к игре в сфере досуга: игра должна охватывать всех, должна быть доступной и интересной для всех, задания должны быть равными по содержанию и сложности для всех участников, в конце игры должны быть награды.

Остановимся на методиках проведения некоторых игр. Основной принцип викторины – назвать, перечислить, продолжить, угадать. Вопросы могут быть на сообразительность, находчивость, эрудицию. Важно, чтобы человек при минимуме знаний мог поверить в свои силы, добиться результата сообразительностью и находчивостью. Основной принцип викторины – назвать, перечислить, продолжить, угадать. Вопросы могут быть на сообразительность, находчивость, эрудицию. Важно, чтобы человек при минимуме знаний мог поверить в свои силы.

Важным условием проведения аукциона как разновидности викторины является постановка такого вопроса, на который можно получить как можно больше ответов. Например, назвать фильмы, в названии которых встречается числительное, привести крылатые фразы из фильма.

При использовании игры-розыгрыша объектом смеха нельзя брать кого-то из присутствующих, вовлекать в игру человека, который явно демонстрирует свою неуклюжесть, несообразительность.

Капустник – своеобразный шуточный спектакль, созданный на знакомом данной аудитории материале. Он создается при участии всех, на кого он рассчитан. Наиболее распространенные приемы:

- пародия (на голос, жесты; перефразирование известных произведений; использование крылатых фраз и т. д.);
- смешение эпох (перенос современного действия в иную эпоху);

- смешение стилей (например, современные герои разговаривают по мобильному телефону языком средневековых рыцарей);
- создание абсурдной ситуации (разыгрывание ситуации, которая в жизни произойти не может).

На современном этапе игра широко используется в качестве терапевтического (реабилитационного) средства, выполняя следующие основные функции:

- диагностическую;
- коррекционную;
- обучающую (развивающую).

Игровая терапия основана на естественной для детей потребности в игре, являющейся важнейшим условием правильного, гармоничного развития ребенка. Для взрослых игра – это не только форма проведения досуга, но и средство психологической коррекции личности. Игровая терапия используется в двух формах: индивидуальной и групповой, применяется как отдельный метод, так и совместно с другими видами деятельности.

Индивидуальная игротерапия. Игра для ребенка – это основное средство самовыражения, средство передачи чувств, а также способ приспособления к миру. Множество нормальных развитых детей в своей жизни сталкиваются с проблемами, которые зачастую для них кажутся неразрешимыми; показывая их в игре, ребенок постепенно учится справляться с ними. Если взрослые люди свои огорчения, тревоги и страхи могут выразить словами, то игра для ребенка – это то же самое, что речь для взрослого человека.

Сеанс индивидуальной игротерапии – мероприятие, направленное на то, чтобы дать ребенку возможность в процессе игры высказать свои чувства, справиться с проблемами, самореализоваться. Игрушки при этом являются словами, а сама игра – речью, своеобразным символическим языком ребенка, открывающим его желания, переживания, потребности и проблемы. Для сеансов индивидуальной игротерапии комната должна быть оборудована таким образом, чтобы ничто не угрожало жизни и здоровью ребенка, с одной стороны, а с другой, необходимо учитывать тот фактор, что в ней ребенку будет дозволено



делать все: насыпать, разливать, резать и рвать. Игрушки должны быть подобраны по различной тематике, необходимо наличие красок, пластилина, бумаги, песочницы, воды, т. е. всего того, с чем обычно играют дети.

Игровой специалист – психолог, который создает условия для игры, при этом является сторонним наблюдателем с целью выявления психологических проблем ребенка, а также аномалий развития. Не рекомендуется вмешиваться, учить чему-либо, сдерживать естественные стремления ребенка к управлению собственной деятельностью. Если ребенок задает вопросы, на них следует отвечать таким образом, чтобы оставлять право выбора самому ребенку. Не стоит что-либо рекомендовать, высказывать свое мнение. В процессе индивидуальной игротерапии ребенок должен почувствовать себя самостоятельной, свободной и защищенной личностью. Делать замечания или прекращать игру следует только в том случае, если что-то угрожает жизни и здоровью пациента. Игровой специалист, наблюдая игру ребенка, собирает информацию и делает выводы по дальнейшей коррекционной работе.

*Групповая игротерапия.* В рамках групповой игротерапии игра может использоваться как диагностическое, так и терапевтическое (коррекционное) средство.

## **Тема 20. Особенности организации и проведения массовых форм КДД**

Массовое мероприятие – это заранее спланированное и определенное по месту, времени, количеству участников и причинам собрание людей, носящее характер праздника, культурного или рекламного мероприятия, либо деловой встречи.

В зависимости от и задач массовые мероприятия можно разделить на следующие виды:

- культурно-спортивные и зрелищные: концерты, спортивные соревнования, спартакиады, праздничные представления;
- рекламно-коммерческие (ярмарки, презентации, распродажи и т.д.);

– деловые встречи и приемы партнеров по бизнесу (собрания акционеров, а также иные встречи и приемы, проводимые в форме шведского стола, фуршета или коктейля).

Содержанием таких рекламно-коммерческих мероприятий, как ярмарки, распродажи, презентации является:

– организация выставочной экспозиции нескольких десятков фирм с образцами их продукции и рекламой оказываемых ими услуг;

– проведение в ходе ярмарки презентации фирм, которая состоит в представлении фирмы или ее нового изделия;

– короткие выступления руководителей фирм и их ведущих специалистов, в которых гостям выставки или презентации предлагаются итоги и планы деятельности фирмы и ее продукции;

– проведение распродажи ярмарочных образцов и определенного количества изделий и продукции фирмы;

– дополнение деловой части ярмарки и презентации развлекательной программой, концертными выступлениями и угощением гостей.

Массовые праздники всегда занимали видное место в системе воспитания и организации досуга, характерной для каждой исторической эпохи. В этом процессе социальные связи организатора массового праздника с его зрителями представлены в социальных и культурных отношениях, наиболее соответствующих нынешнему способу организации производства, при котором отсутствует его идеологическая составляющая.

Сегодня мы являемся свидетелями качественно нового этапа в развитии культуры и досуга. На смену «культурно-просветительной работе» пришла культурно-досуговая деятельность, сама идея которой характеризует развивающиеся в сфере свободного времени процессы: демократичность путей и способов организации массовых акций, уровень альтернативности в принятии управленческих решений, плюрализм в обсуждении наболевших проблем, живое и непосредственное участие населения в реализации культурных проектов, программ и мероприятий для молодёжи.

Понятие праздник ассоциируется с чем-то радостным, веселым, беззаботным, свободным. Такое восприятие этого слова характерно как для участников торжества, так и для его организаторов. Но, несомненно, праздник – понятие сложное и комплексное, которое предполагает различные уровни, формы, варианты, цели, задачи организации и проведения праздника.

Само слово «праздник» выражает упразднение, свободу от будничных трудов, соединенную с весельем и радостью. В большинстве случаев праздник есть такое свободное время, когда что-то отмечают, к примеру, определенное событие, которое необходимо выделить из потока других событий. Празднуют всегда что-то, согласно народной традиции, торжество без повода невозможно.

Следующая характерная черта праздника – это коммуникация. А. И. Мазев определяет праздник следующим образом: «Праздник соединяет людей узами общности, порождает чувство свободы и коллективности. На празднике люди более чем где-либо, ощущают конкретно, чувственно свое материальное единство и общность».

Эффективность праздника объясняется взаимосвязью его функций: мировоззренческой, коммуникативной, рекреационной, творческой, гедонистической и другими, которые активно проявляются в ходе художественно-педагогического взаимодействия детей и взрослых; выделение какой-либо из них в качестве доминирующей разрушает целостность влияния данного феномена.

Художественное содержание праздников воплощается в музыке, в песне, стихах. В народных сказках, пословицах и поговорках заложены, с одной стороны, нравственные правила, с другой – разнообразные советы, наставления, т.е. правила поведения в будни и праздники.

Почти у каждого календарного праздника – своя тема, отражающая историю народа, страны, мира. Праздник - тогда праздник, когда привлекает его участников к творческому взаимодействию, развивает в них желание и умение неформально общаться, создавать художественные образы.

Значимая идея праздника – это, с одной стороны, сумма событий, факторов, имен, мифов, интерпретируемых историей. С другой – это культура людей, нравы, правила, обычаи, традиции общенационального и локального характера. Конечно, праздники как вечные модели досуга, способствовали и способствуют переживанию идеальных устремлений, которые на данный момент становятся некоей реальностью и, значит, помогают ощущать всю полноту жизни, гармонию с окружающим социальным и природным миром.

Художественно-педагогическая значимость и событийность праздника характеризуются достаточно определенными, близкими детям и взрослым общими признаками, такими как:

- абсолютная добровольность участия и согласие со всеми обязательными и условными правилами досуговой деятельности того или иного праздника;
- свободный выбор молодёжью разнообразных сюжетов, ролей, положений, поведения праздничного действия;
- наличие в праздниках глубинных народных традиций, вбирающих в себя весь спектр обычаев, ритуалов, церемоний, символов и атрибутов принципиального характера, отработанных социальным временем развлечений и художественных актов, жанров самодеятельного искусства, состязаний, фольклора.

Можно выделить следующие виды праздников:

– *религиозные*. Православные праздники восходят ко временам Ветхого Завета. К ним примыкают праздники, получившие свое начало в Новозаветное время. Каждый из них посвящен воспоминанию важнейших событий в жизни Иисуса Христа и Божией Матери или памяти святых угодников. К наиболее известным религиозным праздникам в нашей стране можно отнести Пасху, Рождество;

– *языческие*. Несмотря на то что вот уже более тысячи лет в нашей стране государственной религией является христианство, языческие праздники по-прежнему весьма популярны. В календаре в наиболее законченном виде выражается любая Традиция, в нем собрано самое главное, что каждый народ знает о времени и о вечности. Наиболее популярный языческий праздник Масленица;

– *частные*. Проводятся в рамках какой-либо семьи. Сюда можно отнести такие праздники как свадьба, годовщина свадьбы, дни рождения, юбилеи;

– *корпоративные*. Среди различных видов праздников корпоративный самый молодой. Первые корпоративные праздники появились в начале 1990-х гг. Эти праздники устраиваются в рамках какой-либо организации для ее сотрудников. Корпоративные праздники являются важной составной частью корпоративной культуры, и оказывают существенное влияние на мотивацию сотрудников. Не стоит выбирать поводом для корпоративного торжества день рождения основателя компании (если это не компания «одной персоны») или, знаменательную дату церковного календаря. Чем меньше в поводе для празднования личного, тем лучше. Примером корпоративных праздников может быть празднование дня фирмы, корпоративный Новый год;

– *детские*. Массовой практике присуще большое разнообразие форм проведения детских праздников, количество которых постоянно растет. Из них наиболее распространены: фестивали, театрализованные представления, тематические дни и недели, праздничные обряды и ритуалы, спектакли, презентации, балы, карнавалы, шествия, смотры, конкурсы, олимпиады, юбилеи, КВН, утренники, линейки, вечера, концерты и др. Все они, как правило, составляют неотъемлемую часть культурно-досуговой деятельности в работе с детьми.

Социальные праздники обычно направлены на привлечение внимания общественности, правительства, СМИ к какой-либо злободневной проблеме. Примером социальных праздников могут выступать такие как «День семьи», «День защиты детей» и др.

Более приемлемый принцип классификации массовых праздников, это классификация по типу праздничной ситуации, так как она складывается из нескольких характеристик, определяется комплексом основных черт массового праздника.

Наиболее существенные из них становятся главными при классификации праздников. Однако, масштабность праздничного события сама по себе

еще не создает общественную значимость, так же как не создает и праздничной ситуации.

Проведение массовых профилактических мероприятий и акций неразрывно связано с пропагандой здорового образа жизни. Целесообразно проводить их одновременно с привлечением всех органов и учреждений системы профилактики, общественных организаций, коммерческих структур, частных лиц, средств массовой информации. Данные мероприятия должны быть нацелены на привлечение широкого круга подростков и молодежи.

Планируя профилактическую работу, стоит учитывать основные международные дни, пропагандирующие здоровый образ: 7 апреля – Всемирный день здоровья, 31 мая - Международный день отказа от курения, 26 июня – Международный день борьбы с наркоманией и незаконным оборотом наркотиков, 10 октября – Всемирный день охраны психического здоровья, 1 декабря – Всемирный день борьбы со СПИДом.

Мероприятия и акции по профилактике зависимого поведения и формированию здорового образа жизни могут проводиться в различных формах, исходя из специфики каждого мероприятия.

Мероприятия профилактической направленности по пропаганде здорового образа жизни по своим формам могут быть организованы как конкурсы творческих работ (изобразительного искусства, прикладного творчества, литературного творчества, социальной рекламы), праздники здоровья, концерты, молодежные акции и многое другое.

На протяжении календарного года в разных уголках Беларуси проходят интересные фестивали и праздники. Среди них – знаменитые музыкальные и театральные форумы, фестивали народной культуры, старинных ремесел и национальной кухни, великосветские балы, рыцарские турниры и реконструкции эпохи Средневековья, необычные экологические праздники.

*Январь:* Международный фестиваль классической музыки "Январские музыкальные вечера" (Брест); Минский международный фестиваль цифрового искусства "Terra Nova" (Минск); Рождественские балы в Мирском замке.

*Февраль:* Международный фестиваль православных песнопений "Коложский Благовест" (Гродно); Международный фестиваль "Владимир Спиваков приглашает" (Минск); Международный фестиваль фокусников "MAGIC SHOW" (Гродно); Международные соревнования по ездovому спорту на собачьих упряжках "Завіруха" (Минск, лыже-роллерная трасса футбольного клуба "Минск"); Международный зимний мотофестиваль "Завіруха" (г.п. Радошковичи, Молодечненский район, Минская область); Форум экспериментальных пластических театров "ПлаСтформа Минск".

*Март:* Международный фестиваль старинной и современной камерной музыки (Полоцк, Софийский собор); Международный молодежный театральный форум "М@рт-контакт" (Могилев); Минский весенний фестиваль танго (Минск).

*Апрель:* Фестиваль современного искусства и авангарда моды "Мамонт" (Минск); Международный фестиваль маркетинга и рекламы "Белый квадрат" (Минск); Международный фестиваль инструментальной музыки "Ренессанс гитары" (Гомель); Международный байк-фестиваль "Хавайся ў бульбу" (Гродно); Международный фестиваль водного туризма "Неманская весна".

*Май:* Международный фестиваль кукольных театров "Лялькі над Нёманам" (Гродно); Белорусский международный фестиваль театров кукол (Минск); Минский форум уличных театров; Неделя моды в Беларуси (Belarusian Fashion Week); Праздник искусств "Музы Нясвіжа" (Минская область, Несвиж); Международный фестиваль духовой музыки "Белорусские фанфары" (Барановичи); Международный фестиваль детского творчества "Золотая пчелка" (Климовичи, Могилевская область) (май-июнь); Фестиваль средневековой культуры "Рубон" (Полоцк, Витебская область); Ночь музеев в Беларуси; Фестиваль средневековой культуры "Гольшанский замок" (Гродненская область, Ошмянский район, агрогородок Гольшаны); Международный слет ретро- и классических автомобилей "Ретро Минск" (Минск)

Праздник народного творчества "Августовский канал приглашает друзей"; Фестиваль ландшафтной архитектуры и дизайна; Фестиваль исторической

реконструкции "Эпоха рыцарства"; Международный велокарнавал "Viva, ро-вар" в Минске.

*Июнь:* Республиканский фестиваль национальных культур (Гродно, раз в два года); Международный фестиваль духовной музыки "Магутны Божа" (Могилев); Национальный фестиваль белорусской песни и поэзии "Молодечно" (Молодечно, п. Чисть, Минская область); Фестиваль оперного и балетного искусства "Вечера Большого театра в замке Радзивиллов" (Минская область, Несвижский замок); "Музыкальные вечера в Мирском замке" (Мирский замок, Гродненская область); Международный фестиваль песни и музыки "Дняпроўскія галасы ў Дуброўне" (Дубровно, Витебская область); Проект "Балетное лето в Большом" (Минск); Республиканский фестиваль фольклорного искусства "Берагіня" (г. п. Октябрьский, Гомельская область); Международный праздник традиционной культуры "Браславские зарницы" (Витебская область, Браслав); Международный фестиваль народной музыки "Звіняць цымбалы і гармонік" (Поставы, Витебская область); Международный исторический фестиваль "Наследие веков" (замковый комплекс "Мир", Гродненская область); Рыцарский фестиваль "Меч Лидского замка" (Лидский замок, Гродненская область); Фестиваль "Ружанская брама" (Ружанский замок, Ружаны, Брестская область); Фестиваль "Камянецкая вежа" (Каменец, Брестская область); "Сыр-ный фестиваль под Минском" (Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта); Фестиваль сельского туризма "Заборскі фэст" (г.п. Россоны, Витебская область).

*Июль:* Международный фестиваль "Славянский базар в Витебске" (Витебск); Международный фестиваль народного творчества "Венок дружбы" (Бобруйск, Могилевская область); Будславский фест (Будслав, Минская область); Фестиваль живой музыки "Мост" (Минск, аэродром Боровая); Фестиваль "Вольнае паветра" (хутор Шабли, Воложинский район, Минская область); Праздник "Александрия собирает друзей" (агродорок Александрия, Шкловский район, Могилевская область); Международный фестиваль средневековой культуры и музыки "Наш Грюнвальд" (Минская область, этнографический му-



зей "Дудутки"); Праздник средневековой культуры "Рыцарскі фэст. Мсціслаў" (Мстиславль, Могилевская область); Вишневый фестываль (Глубокое, Витебская область); Фэст уличного искусства "На семи ветрах" (Витебск); Летний фестиваль FSP - Freaky Summer Party (Минск); Международный музыкально-спортивный праздник "Большая бард-рыбалка" (деревня Грудичино, Быховский район, Могилевская область) (июль-август); Музыкальный проект "Классика у Ратуши"; "Джазовые вечера" у минской Ратуши; Международный проект Mirum Music Festival.

*Август:* Международный фестиваль этнокультурных традиций "Зов Полесья" (Национальный парк "Припятский", раз в два года); Международный кулинарный фестиваль "Мотальскія прысмакі" (агродорок Мотоль, Ивановский район, Брестская область); Фестиваль народного творчества, промыслов и ремесел "Дрибинские торжки" (г.п. Дрибин, Могилевская область); Праздник огурца в Шклове (Шклов, Могилевская область); Фестиваль цветов (г.п. Желудок, Щучинский район, Гродненская область); Фестиваль "Кревский замок" (Кревский замок, д. Крево, Сморгонский район, Гродненская область); "Анненская ярмарка" ("Анненскі кірмаш") (Зельва, Гродненская область); Всебелорусский фестиваль народного юмора в Автюках (деревни Большие и Малые Автюки, Калинковичский район, Гомельская область); Национальный чемпионат по ручному сенокосению низинных болот "Споровские сенокосы" (Брестская область, Республиканский биологический заказник "Споровский"); Международный пленэр по керамике "Арт-Жыжаль" (Бобруйск, Могилевская область); Фестиваль "Августовский канал в культуре трех народов"; Международный православный молодежный фестиваль "Одигитрия"; Международный фестиваль "У госці да Лепельскага Цмока"; Этнопраздник "У госці да радзімічаў".

*Сентябрь:* День белорусской письменности; Международный театральный фестиваль "Белая вежа" (Брест); Международный форум театрального искусства "ТЕАРТ" (Минск); Международный фестиваль студенческих театров "Тэатральны куфар" (Минск); Музыкальный фестиваль памяти Николая Набокова (Мирский замок, г. п. Любча, Гродно); Праздник классической музыки

TyzenHouse (Гродно); Международный фестиваль анимационных фильмов "Анимаёвка" (Могилев); Фолк-фестиваль "Камяніца" (Минский район, д. Озерцо, Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта); Международный фестиваль хореографического искусства "Сожскі карагод" (Гомель); Республиканский экологический фестиваль "Жураўлі і журавіны Міёрскага краю" (Миоры, Витебская область); Национальный фестиваль бега "Языльская десятка" (Старые Дороги, Минская область); Фестиваль "Гонка легенд – звезды биатлона за мир" в Раубичах; Минский полумарафон; Фестиваль кваса (Лида, Гродненская область); Фестиваль "Цукеркавы фэст" (г.п. Ивенец, Воложинский район, Минская область); Фестиваль картофеля "Бульба-фэст в Силичах" (Минск, горнолыжный центр "Силичи"); Праздник народной культуры "Вераснёвая палітра" (Новополоцк, Витебская область); Международный фестиваль средневековой культуры "Новогрудский замок" (Новогрудский замок, Гродненская область).

*Октябрь:* Международный фестиваль Юрия Башмета (Минск); Международный музыкальный фестиваль "Золотой шлягер" (Могилев); Фестиваль народного творчества "Напеў зямлі маёй" (Минская область).

*Ноябрь:* Минский международный кинофестиваль "Лістапад" (Минск); Международный фестиваль искусств "Белорусская музыкальная осень" (Минск); Международный фестиваль органной музыки "Званы Сафіі" (Полоцк, Софийский собор) (ноябрь – декабрь); "Музыкальные вечера в Большом" (Минск, Большой театр оперы и балета Беларуси); Джазовый фест "Минщина встречает джаз" (Минская область, Молодечненский район, п. Чисть); Международный фестиваль "JAZZinMINSK" (Минск); Международный фестиваль современной хореографии IFMC (Витебск); Международный фестиваль театрального искусства "Панарама" (Минск); Эколого-туристический фестиваль "Тайны Прибужского Полесья" (Брестский район, заказник "Прибужское Полесье").

*Декабрь:* Минский международный Рождественский оперный форум (Минск).

Витебский международный фестиваль имени И. И. Соллертинского (Витебск); Республиканский фестиваль национальной драматургии имени В. И. Дунина-Марцинкевича (Бобруйск); Международный фестиваль театрального искусства "Славянские театральные встречи" (Гомель); Рождественский благотворительный бал книги в Большом театре Беларуси (Минск); Праздничное шествие Дедов Морозов и Снегурочек (Минск, областные города Беларуси, Беловежская пуща)

В Беларуси можно не только увидеть, но и принять участие в старинных народных обрядах и забавах, которые каждый год проходят в городах и деревнях, этнографических музеях страны.

Зимой – новогодние и рождественские гуляния в сказочном поместье Деда Мороза в Беловежской пуще, интересные колядные обряды, которые до сих пор проводят в разных уголках Беларуси. Среди них и абсолютно уникальные, характерные только для одной местности:

"Колядные цари" (деревня Семежево, Копыльский район, Минская область)

"Тянуть Коляду на дуба" (деревня Новины, Березинский район, Минская область)

"Женитьба Терешки" (деревня Аношки, Лепельский район, Витебская область)

Весной с блинами и песнями белорусы встречают Масленицу и необычный праздник "Кликанье весны" ("Гуканне вясны"). На большие гуляния приглашают: этнографические музеи и агротуристические комплексы; резиденция Деда Мороза в Беловежской пуще; горнолыжные курорты ("Силичи", "Логойск", "Солнечная долина"); Центральный ботанический сад в Минске; Гомельский дворцово-парковый ансамбль Румянцевых и Паскевичей...

Летом во многих городах и деревнях, этнографических музеях отмечают один из самых любимых народных праздников – Купалье (Иван Купала). Особенно масштабные фесты: Республиканский праздник "Александрия собирает друзей" (агротуродок Александрия, Шкловский район, Могилевская область);

праздник "Сонцаварот" и купальский фестиваль фольклорных коллективов (Белорусский государственный музей народной архитектуры и быта); Open air "Купалье" (музей "Дудутки"); Купалье и Русалия; Купалье в резиденции Деда Мороза. Кроме того, в июне можно увидеть оригинальный обряд Русалье, который проводят жители Любанского района Минской области, Хойникского района Гомельской области.

Осенью в Беларуси проходит традиционный праздник в честь нового урожая – Дажынкi. Празднования устраивают в каждом районе, а в одном из городов региона проходят обласные "Дажынкi".

### **Тема 21. Организация самодеятельного и любительского художественного творчества**

Происходящие организационные процессы в области художественного творчества имеют прямое воздействие на формирование внутреннего мировосприятия человека. Осознание роли творческого культурного потенциала народной художественной культуры, музыкальной педагогики и перспективности использования такого опыта в современной культурной практике ставит задачу создания условий для существенного преобразования во всех сферах общественной жизни.

Творческий поиск, нестандартный подход к проблеме развития и становления таланта способен зародить интерес к художественной деятельности. Эта предрасположенность к творчеству заложена в самой природе человека. Поэтому XXI век определяет множество задач в организации целенаправленного и систематического педагогического процесса по формированию и развитию творческих потенциалов личности, как среди городского, так и сельского населения.

Многообразие форм самодеятельного творчества, видов и жанров поднимает перед теоретиками искусства проблему классификации его ответвлений от сложившихся типов ориентации. К таким типам относятся: профессиональное искусство, фольклорное и любительское творчество. К тому же возможна «...внедренная классификация, объединяющая группы жанров по признаку единства характера творчества. В одних случаях это авторская самодеятельность,

представляющая непосредственную художественно-творческую реакцию человека на действительность; в других – это самодеятельность исполнительская, где участник выражает себя через специально подобранный репертуар профессиональных и самодеятельных авторов. Иногда в самодеятельности автор и исполнитель совмещаются». Е. И. Смирнова выделяет две основные категории самодеятельности:

- 1) самодеятельность в области потребления художественной культуры;
- 2) самодеятельность в области производства художественных ценностей.

К традиционным видам и жанрам самодеятельного творчества Е. И. Смирнова относит:

1. Музыкальное искусство (хоры: академический, народной песни; ансамбли: вокальные, песни и танца; вокально-инструментальные и духовые оркестры; музыкантов-исполнителей и певцов).

2. Театральное искусство (музыкально-драматические коллективы; театры: юного зрителя, кукол, поэзии и миниатюр; агитбригады, коллективы художественного слова).

3. Хореографическое искусство (народного, классического, эстрадного, спортивного, этнографического и бального танца).

4. Изобразительное и декоративно-прикладное искусство (коллективы: самодеятельных живописцев, скульпторов, графиков, мастеров декоративно-прикладного искусства).

5. Цирковое искусство (коллективы циркового и оригинального жанра).

6. Киноискусство (фотокружки, детские любительские киностудии).

7. Техническое творчество (моделирование, радиоэлектроника, клубы изобретателей и рационализаторов и др.).

А. С. Каргин отмечает современные аспекты художественной самодеятельности с устойчивой жанрово-видовой структурой, подразделяющейся на народные и классические жанры. Он предлагает осуществлять классификацию по шести признакам. Сюда относятся: ориентация на освоение различных пластов художественной культуры; рассмотрение типов художественного испол-

нительства, а также видов и жанров искусства. К этому добавляется ориентация по институциональной принадлежности и по социально-демографическому составу. Большая роль, по его мнению, должна отводиться выявлению аспектов самодеятельного творчества в регионах, специфике развития существующих форм, видов и жанров, их новообразованию. Следовательно, современное художественное творчество имеет синтетические, традиционные и организационно-образующиеся жанры. Классификацию самодеятельных коллективов можно представить следующим образом.

Классический тип (традиционный): музыкальное, театральное, хореографическое искусство, изобразительное искусство

Каждый жанр представлен автором различными видами. Например, в фольклорные виды входят: фольклорные театры, группы скоморохов, кукольников и др. Народно-певческие коллективы имеют солистов, организуются в ансамбли: народной песни, фольклорные. Сюда относятся и народные хоры. Народно-инструментальные и народно-танцевальные также имеют солистов и ансамбли: народных инструментов, народного танца и др.

Раскрывая традиционный классический тип, можно представить музыкальные коллективы такими жанрами и видами, как академические (хоры и ансамбли), симфонические и духовые оркестры. Театральные – народными театрами и новыми формами – музыкально-театральными, народными коллективами. Хореографические коллективы – это танцевальное искусство классического, бального, эстрадного жанра. Изобразительное творчество включает студии живописи, авторско-оформительского искусства (разработка эскизов и пр.). Жанрово-видовое многообразие, различающееся по типам творчества, имеет и Дальнейшие пути развития в самодеятельности. Так как в человеке с рождения уже заложены задатки творческого восприятия, то в процессе жизнедеятельности, развивая свои способности и используя приобретенный опыт, человек, непроизвольно способствует проявлению новообразований в самодеятельности.

Мнения исследователей самодеятельного художественного творчества имеют некоторые расхождения в определении классификации самодеятельного

творчества, видов деятельности и функций. Так, например, Т. И. Бакланова отмечает наличие нескольких видов самодеятельного творчества (авторский, исполнительский, импровизаторский и создание новых «технологий») и видов деятельности, имеющих организационно-воспитательную, художественно-личностную основу (реализация внутренних потребностей личности).

Нам близка позиция Е. И. Смирновой, которая в зависимости от целей и задач, стоящих в деятельности коллективов художественной самодеятельности, классифицирует их по следующим основным признакам:

1. По ориентации на основные пласты художественной культуры:

– ориентированная на этно-фольклорные виды народного, национального искусства (с внутренним подразделением на виды или формы этнофольклорной культурной культуры);

– ориентированная на виды, школу и стили профессионального (академического) искусства (с внутренним подразделением на виды и жанры);

– оригинальная, включающая виды художественной самодеятельности, не имеющие аналога или образца ни в профессиональном, ни в народном искусстве.

2. По типам творчества и ориентации на основные пласты художественной культуры:

– исполнительская деятельность;

– авторская и авторско-исполнительская;

– импровизационная.

3. По степени организации и субъекту организации:

– «неорганизованная», «неформальная» или самоорганизующаяся самодеятельность;

– самодеятельность нестабильных организационных форм (организуемая средствами массовой информации, ситуативная и др.);

– организованная в стабильные объединения разных типов на базе различных социокультурных институтов, социально-контролируемая и педагогически направляемая.

4. По преобладающему виду деятельности:

- объединения учебного типа;
- объединения познавательного и художественно-исследовательского типа;
- художественно-пропагандистские и художественно-организаторские объединения;
- игрового типа;
- творческие;
- объединения комплексного типа с широким спектром видов деятельности.

#### 5. По месту локализации:

- сельская художественная самодеятельность;
- художественная самодеятельность малых городов (со слабым художественно-профессиональным фоном);
- художественная самодеятельность крупного города (с сильным художественно-профессиональным фоном).

#### 6. По возрастному составу:

- детская (младшего школьного возраста, подростков), юношеская;
- художественная самодеятельность взрослых (молодежи, старших возрастных групп)

Творческий потенциал и потребность самоактуализации заложена в самой природе человека. Однако самодеятельность и есть деятельность, не утрачивающая свободного проявления характера в организованных и неорганизованных формах, т.е. самодеятельном творчестве.

Многими исследователями в области художественного творчества отмечается преимущество неорганизованной самодеятельности. спонтанной. В большинстве случаев она быстро появляется и распадается, и не многие из них приобретают организованную форму жизнетворчества (учебная деятельность, предполагающая творчество; профессиональное искусство; художественная самодеятельность масс). Подобная созидательная деятельность имеет высшую форму проявления человеком своих творческих сил и умений.

Актуальной на сегодняшний день является и задача по оптимизации неорганизованного самодеятельного творчества, помощи в ее организации, как в



клубных, так и школьных, внешкольных учреждениях, по месту жительства. Активность личности, коллектива проявляется в процессе реализации своих способностей и навыков в различных сферах творческой деятельности.

Для того чтобы активизировать творческий процесс в различных объединениях, клубах по интересам и привлечь наибольшее количество участников, организатор обязан творчески подходить к каждому индивидуально. Стараясь помочь найти личности «себя» в любой роли позитивной деятельности, руководителю необходимо создать единый творческий ансамбль, в котором легко перейти от подражательности к инициативе.

Таким образом, в участниках «творческого ансамбля» самодеятельного художественного творчества непроизвольно будут закладываться основы творческого метода. Зарождая будущую природу коллективного творчества в каждой личности, важно использовать путь вовлечения в разнообразные виды деятельности. Этим способен возродиться полноценный духовно нравственный человек.

## **Тема 22. Особенности организации семейного досуга**

### *Семья как социальный институт и малая социальная группа*

Отечественная философская мысль определяет семью как ячейку общества и важнейшую форму организации личного быта, основанную на супружеском союзе и родственных связях.

В Словаре русского языка С. И. Ожегова под семьей понимается группа живущих вместе близких родственников или объединение людей, сплоченных общими интересами. При этом семьянином является человек, обладающий определенными качествами, необходимыми для семейной жизни.

Видный специалист в изучении семьи А. Г. Харчев определяет семью как исторически конкретную систему взаимоотношений между супругами, между родителями и детьми, как малой социальной группы, члены которой связаны брачными или родственными отношениями, общностью быта и взаимной моральной ответственностью, и социальной необходимостью, в кото-

рой обусловлена потребность общества в физическом и духовном воспроизводстве населения.

Современные исследователи семьи А. И. Антонов и В. М. Медков понимают под семьей основанную на единой общесемейной деятельности общность людей, связанных узами супружества – родительства – родства, и тем самым осуществляющая воспроизводство населения и преемственность семейных поколений, а также социализацию детей и поддержание существования членов семьи.

Разных авторов объединяет взгляд на семью как основанное на кровном родстве, браке или усыновлении объединение людей, связанных общностью быта и взаимной ответственностью за воспитание детей.

Тем не менее, в рассмотренных дефинициях семьи исследователи в качестве семьеобразующих отношений выделяют различные стороны семейной жизни. Разнообразие подходов к определению понятия «семьи» дают основания представлять ее как сложное, социальное образование, сочетающее в себе свойства социальной структуры и малой группы.

На сегодняшний день исследователи осуществляют классификацию семей по следующим признакам:

1) по количеству детей: бездетная семья, малодетная и многодетная семья;

2) по составу: неполная семья, отдельная, простая или нуклеарная, сложная (семья нескольких поколений), большая семья, материнская семья, семья повторного брака;

3) по структуре: с одной брачной парой, с детьми или без детей, с одним из родителей супругов и другими родственниками, с двумя и более брачными парами с детьми или без детей, с одним из родителей супругов и других родственников или без них, с матерью (отцом) с детьми, с одним из родителей и другими родственниками и т.д.;

4) по структуре лидерства в семье: эгалитарные (демократические) и традиционные, авторитарные семьи;

5) по однородности социального состава: в зависимости от наций; уровня образования, профессии и т.д., (т.е. социально гомогенные (однородные) и гетерогенные (неоднородные) семьи;

6) по семейному стажу, молодожены, молодая семья, семья среднего супружеского возраста, старшего супружеского возраста, пожилые супружеские пары;

7) по качеству отношений и атмосфере в семье: благополучная, устойчивая, неблагополучная, педагогически слабая, нестабильная, дезорганизованная семья;

8) по географическому признаку: городская, сельская, отдаленная семья (проживающая в труднодоступных районах);

9) по особым условиям семейной жизни: студенческая семья, «дистантная» семья, «внебрачная» семья;

10) по характеру проведения досуга: открытые и закрытые (ориентированные на внутри домашний досуг);

11) по состоянию психологического здоровья: здоровая семья, невротическая семья, виктимогенная семья.

Определение семьи включает множество укладов. Социологи и антропологи сравнивают семейную структуру в разных обществах по шести параметрам: форме семьи, форме брака, образцу распределения власти, выбору партнера, местожительства, а также происхождению и способу наследования имущества.

В общей системе родственных отношений существуют два основных типа семейной структуры:

- нуклеарная семья состоит из взрослых родителей и детей, которые от них зависят;
- расширенная семья (в отличие от первого типа семейной структуры) включает нуклеарную семью и многих родственников, например, дедушку и бабушку, внуков, дядю, тетю, двоюродных братьев и сестер.

В большинстве обществ нуклеарная семья считается важным и основным социальным объединением.

Таким образом, семьи бывают различными и по количеству входящих в семью членов, и по взаимоотношениям между членами, и по количеству (отсутствию) детей, и по ряду других признаков, но проблемы существуют буквально во всех типах семей и эти проблемы по мере возможности необходимо решать, так как роль семьи в современных исторических условиях крайне велика.

#### *Функции семьи и их реализация в сфере досуга*

Функции семьи представляют собой набор исторически обусловленных форм деятельности, роль и значение которых меняется в каждую историческую эпоху. Функции семьи тесно связаны с потребностью общества в институте семьи и с потребностью личности в принадлежности к семейной группе. Значительная часть этих функций выполняет женщина.

Понятие функций семьи непосредственно связано с пониманием потребности и возможности их удовлетворения. С точки зрения Н. А. Соловьева, Э. Г. Эйдемиллера и В. В. Юстицкого, функций семьи столько, сколько видов потребностей в устойчивой, повторяющейся форме она удовлетворяет. В современной науке возникла объективная необходимость в выделении специфических и неспецифических функций семьи. Согласно А. Г. Харчеву, специфические функции семьи вытекают из сущности семьи и отражают ее особенности как социального явления, тогда как неспецифические функции - это те, к выполнению которых семья оказалась принужденной или приспособленной в определенных исторических обстоятельствах.

#### *Репродуктивная функция*

Одной из основных функций семьи является репродуктивная функция, которая состоит в воспроизводстве жизни, т.е. в продлении человеческого рода. Данная функция характеризует наличие личных потребностей в семье и детях, определенную жизненную стабильность, наличие домашнего хозяйства и конкретного уровня качества жизни.

Репродуктивная функция – это естественный биологический процесс продолжения жизни, в котором участвуют женщина и мужчина. Деторождение социально обусловлено, поскольку связано не только с семьей, но и с обществом.

Семья, как закономерно возникший институт развивающейся цивилизации, выполняла функцию воспроизводства населения, она обеспечивала выживаемость человека в тяжелых условиях жизни.

Историческая трансформация форм семейного общежития обусловила изменение репродуктивной функции.

#### *Функция содержания детей*

Статистическое исследование доказывает многочисленные факты реализации репродуктивной функции вне брака. Количество детских воспитательных учреждений в стране из года в год увеличивается, систематически возрастает и численность воспитываемых ими детей. Современный кризис усугубляет материальное и духовное состояние семьи. Содержание, уход за детьми неразрывно связаны с отношением к детям и воспитанием их. Они находятся в прямой зависимости от достатка слоя, к которому принадлежат родители.

#### *Сексуальная функция*

Культура сексуальных отношений есть специфическая часть общей культуры личности, которая проявляется в области интимных отношений. Для семейной жизни актуальность сексуальной потребности подтверждена общим закономерностям полового поведения. Одной из них является зависимость удовлетворенности семейной жизни от качества реализации сексуальной потребности. Разрешение дефицитарности этой функции семьи возможно посредством изменения качества коммуникативной функции, развития способности эффективно и искренне общаться. Данная способность с успехом может развиваться в процессе личностного консультирования, что может стать органичным элементом деятельности клуба семьи.

Семья осуществляет регулирование сексуального поведения членов семьи, обеспечивая биологическое воспроизводство общества. Основным фактором сексуального поведения является полоролевая идентичность – культура сексу-

альных отношений. Данная роль является совокупностью психологических установок более или менее адекватных типичным, ожидаемым, принятым в обществе, которые были сформированы главным образом в родительской семье.

#### *Экономическая и хозяйственно-бытовая функции*

Экономическая функция выполняется обоими родителями, если это полная семья, или женщиной (чаще всего при наличии неполной семьи). В основе этой функции лежит материальное обеспечение семьи и ведение домашнего хозяйства.

Хозяйственно-бытовая функция – удовлетворение потребности в пище, одежде, жилище, восстановлении сил, совместная деятельность членов семьи по производству предметов потребления и услуг или получения их от отдельных ее членов. Хозяйственно-бытовая и экономическая функция семьи заключается в удовлетворении материальных потребностей членов семьи, способствуя приумножению благосостояния семьи, сохранению и увеличению здоровья ее членов.

#### *Воспитательная функция*

Воспитательная функция семьи состоит в удовлетворении индивидуальных потребностей в отцовстве и материнстве, контактах с детьми, их воспитании и самореализации в детях. По отношению к обществу в ходе выполнения воспитательной функции, семья обеспечивает социализацию подрастающего поколения, подготовку новых членов общества.

Реализация воспитательной функции семьи происходит, как множество воздействий малой социальной группы на каждого своего члена в течение всей жизни, формируя личность ребенка. Соответственно это постоянное взаимное влияние детей и родителей друг на друга. Семейному воспитанию присущи непрерывность, продолжительность и устойчивость. Причины многих личностных проблем взрослых людей заложены в детстве несовершенным воспитательным воздействием родителей и семьи в целом

### *Коммуникативная функция*

Особую роль в жизни человека играет общение. Общение – сложный и многоплановый процесс установления и развития контактов, порождаемый потребностями, который включает в себя несколько функций: коммуникативную – обмен информацией, интерактивную – оценка и взаимодействие, и перцептивную – восприятие и понимание людей.

Общение является основой семейных взаимоотношений. Общение удовлетворяет потребность членов семьи в человеческих контактах, информации, уважении и взаимопонимании. Коммуникативная функция исполняет роль духовного и культурного общения. По многообразию и содержанию коммуникативная функция оказывает большое воздействие на семейную жизнь. Целью данной функции является установление связей между людьми, супругами и детьми в условиях их совместной жизнедеятельности. Формирование различных социальных культур, ориентации, отношений, духовности и здоровья человека находятся в прямой зависимости от характера внутрисемейного общения: от атмосферы семейного психологического климата, от проявления в поведении и общении тех или иных стереотипов и установок взрослых членов семьи.

Межличностные отношения – это субъективно переживаемые связи между людьми, объективно проявляющиеся в характере и способах взаимодействий, т.е. взаимных влияний, оказываемых людьми друг на друга в процессе их совместной деятельности и общения.

Оптимальные возможности для интенсивного взаимодействия младшего и старшего поколений и взаимного развития семейной культуры осуществляются посредством общения с ближайшим окружением, родственниками, соседями, друзьями, коллегами. Общение с представителями разных категорий социума предъявляет многогранные требования к таким компонентам культуры личности, как терпимость, доверие и вариативность в интересах. Доверие во многом определяет потребность в установлении новых контактов. Другим фактором коммуникативности является наличие жизненного опыта и критичное и реалистичное его осмысление, т.е. наличие рефлексии. Задача родителей пока-

зять ребенку многообразие человеческих проявлений, как положительных, так и отрицательных, с целью обеспечения социализированного развития и становления молодого человека. При утрате доверия и откровенности между подростком и родителями коммуникативную функцию по отношению к подростку исполняют случайные люди. Проводниками подростка во взрослый мир становятся друзья, дворовая компания и все те, кто может удовлетворить потребность подростка в уважении, новых знаниях, чувстве защищенности в значимой группе и причастности к взрослому миру. Задача социализации детей должна решаться в семье, но при дефицитарности ее педагогических возможностей эту проблему необходимо эффективно компенсировать методами социально-культурной деятельности.

#### *Эмоциональная функция*

Роль эмоций в жизни человека трудно переоценить. Взаимодействие в браке и семье происходило во все времена вне зависимости от социально-экономической ситуации, на глубокой эмоциональной основе. В народной мудрости бытует мнение, что браки заключаются на небесах, т.е. в душах, где правят чувства.

Великим чувством, которым живет человек, является любовь. Она дает ему решимость, силу, знания к изменению судьбы, к новым свершениям и трудам. Брак без чувств, основанный на удовлетворении абсолютно всех потребностей супругов, в народном сознании не воспринимается как искренний и стабильный. Чувства обеспечивают членам семьи возможность к перенесению тягот приспособительного периода. Отсутствие этого психологического механизма компенсации ведет к неспособности поддержания стабильных и духовных отношений, проблемам в воспитании детей и ухода за престарелыми родителями. Эмоции имеют приспособительную природу происхождения. Их целью является устранение опасных для жизни человека состояний. «Отсутствие эмоциональных связей может иметь для человека фатальный исход». Без положительных стимулов невозможно становление человека, полноценного члена общества, достойного семьянина, супруга и родителя.



Чувственная основа человеческого бытия есть эффективный инструмент последующего общественного воспитания. Во многом они есть объект рекреативной деятельности. Неблагополучная семья полна тягостными переживаниями, которые подрывают материальное и духовное ее благополучие, осложняя взаимодействие ее членов, негативно изменяя совместное времяпрепровождение. Семья теряет целостность как группа, у ее членов появляются собственные ценности, ресурсы семьи используются неэффективно. Деятельность клубов семьи в какой-то мере может нормализовать жизнедеятельность таких семей. Относительно благополучные семьи не испытывают вышеописанных затруднений или же имеют возможности эффективно их разрешать. В силу этого у этих семей отсутствует то противоречие, которое является движущим. Для этих семей наиболее важным в деятельности учреждений социально-культурной сферы будет наличие досуговых мероприятий.

#### *Досуговая функция*

Общеизвестно, что ничто так не сплачивает семью, не помогает достичь взаимопонимания между всеми ее членами, как совместный активный отдых – это и походы пешком, на байдарке, велосипеде и т.д.

Важнейшей функцией семьи в жизнедеятельности является организация досуга. Ее главная цель – общение, поддержание гармонии в семье между ее членами. Эта функция предполагает организацию рационального досуга при одновременном социальном контроле.

Современная жизнь такова, что родители и дети одновременно находятся дома в среднем не более двух часов, не считая сна. А общаются и того меньше, например, работающие матери примерно около получаса в сутки. Кроме того, общение родителей и детей происходит преимущественно во время просмотра телепередач, обсуждения школьных проблем, значительно реже при обсуждении книг и журналов, еще реже – в совместных прогулках на природе, играх и т.п.

В результате роста количества городов и численности их населения произошел переворот и в области использования свободного времени. Если раньше

основным местом проведения досуга была семья, то теперь и молодежь, и более старшие поколения стали предпочитать общество своих сверстников и те формы времяпрепровождения, которые им предлагает современная культура города.

Дифференциация интересов «отцов» и «детей» прослеживается в тенденции современного досуга, в организации отдыха, ориентированного в основном не на семью, а на отдельно взятых ее членов. Остро стоит проблема участия всей семьи в работе социально-культурных и иных учреждений.

Совместный семейный досуг является достаточно совершенным механизмом сплочения членов семьи, разрешения конфликтов, достижения общих целей и ценностей. Через досуговую деятельность возможно проведение психолого-педагогических мероприятий учреждениями социально-культурной сферы, для восстановления дефицитарности функций семьи и в первую очередь воспитательной, эмоциональной, социального контроля.

#### *Современные подходы к организации семейного досуга*

Учреждения социально-культурной сферы, направленные на работу с семьей, обладают значительным педагогическим потенциалом для взаимодействия с институтом семьи, развитием и совершенствованием ее функций.

Эпоха коренных изменений во всех сферах общественной жизни самым серьезным образом отразилась на социально-культурной сфере. Современный кризис, поразивший страну, обострил и более явно выявил проблемы как учреждений социально-культурной сферы, так и каждой семьи. Непосредственное вмешательство в процессы функционирования семьи на современном этапе развития рекреативной деятельности не представляется возможным из-за сложности разработки методик работы и образовательных программ, общего уровня развития духовной культуры современного общества.

Практически все современные семьи испытывают затруднения или же не имеют возможности эффективно их разрешать. Потребности членов семьи должны стать социальным заказом для учреждений социально-культурной сферы. Но не все неудовлетворенные потребности могут быть объектами деятельности данных учреждений. Учреждениям культурно-досуговой сферы необхо-

димо конкретизировать актуальные неудовлетворенные потребности семьи, разработать доступные эффективному воздействию формы социально-культурной работы.

В этих условиях перед структурами социально-культурной сферы стоит задача выработки жизнеспособной социально востребованной программы деятельности. Одним из наиболее интересных и перспективных направлений в реорганизации деятельности социально-культурной сферы является изменение ее культурно-просветительной парадигмы.

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

### **Основная**

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Кудрина, Е. Л. Система планирования в учреждениях социально-культурной сферы : учеб. пособие / Е. Л. Кудрина, Л. И. Рудич, Е. В. Уткин. – М. : ФАИР, 2006. – 224 с.

Ожегов, С. И. Словарь русского языка об ок. 53 000 слов / С. И. Ожегов; под общ. ред. Л. И. Скорцова. – М. : ООО Оникс : ООО Мир и образование, 2006. – 1200 с.

Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент : учеб-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сивурова, Л. П. Любительское художественное творчество // Современная Беларусь: Энциклопедический справочник. В. 3 т. Т. 3. Культура и искусство / редкол.: М. В. Мясникович [и др.]. – Минск : Белорус. наука, 2007. – С. 683–729.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с. .

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003/ – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А.Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.

### **Дополнительная**

Закон Республики Беларусь «Об общих началах государственной молодёжной политики в Республике Беларусь», от 24 апреля 1992 г. № 1629-XII, дополнен 9 июля 1997 г. № 56-3 Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 1997 г., № 27, ст. 472.

Указ Президента Республики Беларусь от 15 мая 2006 г. № 318 О президентской программе «Дети Беларуси» на 2006-2010 годы, Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 262;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 21 апреля 2000г. №556 «О создании Общественного совета по проблемам культуры и искусства при Совете Министров Республики Беларусь, Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2000 г., N 58, 5/3359.

Апинян Т. А., Игра в пространстве «серьёзного». Игра, миф, ритуал, сон, искусство и другие / Т. А. Апинян. – СПб : Изд-во С.-Петербургского университета, 2003.

Ариарский, М. А. Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – СПб., 2005. – 288 с.

Бахтин, М. М. Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М., 1988 – 67 с.

Бедя, Л. В. Благотворительность и меценатство в России / Л. В. Бедя. – М., 2003 – 182 с.

Байбурин А. К. , Жилище в обрядах и представлениях восточных славян / А. К. Байбурин . – Л. : Наука, 1983.

Бедулина, Г.Ф. Социальный портрет современной белорусской молодежи / Г. Ф. Бедулина // Кіраванне ў адукацыі, 2008.

Бэшэм, М. Чудо, которым была Индия / М. Бэшэм. – М., 1997. – 215 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Виолле де Дюк, Э. Жизнь и развлечения в Средние века / Э. Виолле де Дюк. – СПб., 1999. – 215 с.

Вылова, Л. В. Русские народные игры / Л. В. Вылова. – М., 1988. – 93 с.

Гагин, В. Н. Национальные праздники и обряды или праздничность как феномен русской культуры / В. Н. Гагин. – М., 2005 241 с.

Галин, С. А. Исторический опыт культурного строительства в первые годы Советской власти / С. А. Галин. – М., 1999. – 86 с.

Гойфман, О. Е. Основы речевой коммуникации : учебник / О. Е. Гойфман, Г. М. Надеина. – М., 1997. – 56 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Клюско, Е. М. Культурно-досуговая деятельность населения России (1945-1985) / Е. М. Клюско. – М., 1999. – 224 с.

Козьякова, М. И. Эстетика повседневности, материальная культура и быт Западной Европы XV-XIX вв. / М. И. Козьякова. – СПб., 2001 – 347 с.

Культурно-досуговая деятельность : учебник / под ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М., 1998. – 234 с.

Косарецкая, С. В. О неформальных объединениях молодёжи / С. В. Косарецкая. – М., 2004.

Лапина, С. В., Молодёжная культура и организация досуга молодёжи : учеб.-метод. пособие / Академия управления при Президенте Республики Беларусь, кафедра мировой и национальной культуры / С. В. Лапина и др.; под ред. С. В. Лапиной. – Минск : Изд-во Академии управления при Президенте Республики Беларусь, 2000.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Мец, А. Мусульманский Ренессанс / А. Мец. – М., 1983. – 223 с.

Некрылова, А. Ф. Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища конца XVIII – начала XX вв. / А. Ф. Некрылова. – Л., 1988. – 193 с.

Овсянников, С. П., Зрелищность и выразительность театрализованного представления / С. П. Овсянников. – СПб., 2003.

Панин, В. Н. Режиссерско-постановочный проект праздника, Методические рекомендации для студентов 5 курса, специализации «режиссура представлений и праздников» / В. Н. Панин. – БГУКИ, 2000.

Развлекательная культура России XVIII – XIX вв.: очерки истории и теории. – СПб., 2000. – 71 с.

Рощупкин, С. Н. Основы организации рекламной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин. – М., 1995 – 396 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Соколов, Б. М. Художественный язык русского лубка / Б. М. Соколов. – М., 1999. – 204 с.

Терехова, О. В. Индустрия досуга в США / О. В. Терехова. – М., 1983. – 123 с.

Токова, Н. Ю., Молодёжная субкультура, Программа и методические рекомендации / Н. Ю. Токова. – Могилёв, 2002.

Туманов И. М. Режиссура массового праздника и театрализованного концерта / И. М. Туманов. – М. : Просвещение, 1976.

Фролов С. С., Социология : учебник для высших учебных заведений / С. С. Фролов. – М. : Наука, 1994.

Шароев И. Г. Режиссура эстрады и массовых представлений / И. Г. Шароев. – М. : РАТИ-ГИТИС, 2009.

Хёйзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хёйзинга. – М., 1988. – 127 с.

Хренов, Н. А. «Человек играющий» в русской культуре / Н. А. Хренов. – СПб., 2005. – 286 с.

Чечетин, А. И. История театрализованных представлений / А. И. Чечетин. – М., 1996. – 148 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001 – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ**

### **2.1. Тематика практических занятий**

#### **Тема 1: Понятие СКД**

1. СКД как объект изучения. Понятие СКД.
2. Основные потребности личности. Личностный рост.
3. Характеристика терминов «культура», «свободное время», «досуг» в структуре СКД. Уровни досуга.

#### *Литература:*

Аксютик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютик Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

#### **Тема 2: Историография понятия СКД**

1. Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XX вв. в сети клубных учреждений культуры.
2. Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в основные исторические периоды.
3. Основные направления современной СКД и ее особенности в Республике Беларусь.



### *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 3: Сущность и специфика СКД на современном этапе**

1. Краткая историография понятия СКД на современном этапе.
2. Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД.
3. Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

### *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга: учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с. .

#### **Тема 4: Методические и теоретические основы СКД**

1. Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

2. СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

##### *Литература*

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность: учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности: учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **Тема 5: СКД как общественная проблема**

1. Объекты и субъекты СКД. СКД – как педагогическая система.
2. Государственные и негосударственные структуры СКД. Общественные формирования в структуре СКД.
3. Учреждения и организации СКД в Беларуси.

### *Литература:*

Аксютик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютик Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **Тема 6: Организация как общественное явление, ее особенности в сфере СКД**

1. Феномен организации. Устройство управления организацией.
2. Анатомия организационного конфликта.
3. Инновации в организациях. Отношения между организациями. Организации в сфере культуры.

*Литература:*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003 – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

***Раздел 2. Технологии социально-культурной деятельности (СКД)***

**Тема 7. Технологии организации и деятельности учреждений культуры**

1. Особенности организационной деятельности учреждений культуры.
2. Соотношение коммерческой и некоммерческой деятельности учреждений культуры.
3. Методика рекламы в СКД.
4. Специфика делового общения в сфере культуры.

## *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность: учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **Тема 8. Менеджмент в СКД**

1. Сфера культуры и технология менеджмента. Система механизмов менеджмента.

2. Особенности менеджмента в сфере культуры.

### *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент: учеб. пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001 – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 9. Технологии коммерческой деятельности учреждений СКД**

1. Понятие коммерции в СКД.

2. Структура связей и отличий коммерческой деятельности учреждений культуры и бизнеса.

### *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Болотова, Ю. Г. Прикладная культурология: [Электронный ресурс] : курс лекций: для студентов специальности «Культурология (по направлениям)» / Ю. Г. Болотова, Е. А. Макарова, А. И. Смагин. – Электрон. дан. – Минск : Современные знания, 2009. – 240 с. – Электрон. опт. диски (CD-ROM). – 1 диск.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Гойфман, О. Е. Основы речевой коммуникации : учебник / О. Е. Гойфман, Г. М. Надеина. – М., 1997. – 56 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Рощупкин, С. Н. Основы организации рекламной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин. – М., 1995 – 396 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 10. Реклама в СКД**

1. Понятие «реклама». Основное функциональное назначение рекламы. Коммерческая реклама. Социальная реклама.

2. Специфика рекламы культурных проектов.

3. Методика рекламы в СКД. Экономические факторы рекламной деятельности.

#### *Литература*

Болотова, Ю. Г. Прикладная культурология: [Электронный ресурс] : курс лекций: для студентов специальности «Культурология (по направлениям)» / Ю. Г. Болотова, Е. А. Макарова, А. И. Смагин. – Электрон. дан. – Минск : Современные знания, 2009. – 240 с. – Электрон. опт. диски (CD-ROM). – 1 диск.

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Гойфман, О. Е. Основы речевой коммуникации : учебник / О. Е. Гойфман, Г. М. Надеина. – М., 1997. – 56 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Рощупкин, С. Н. Основы организации рекламной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин. – М., 1995. – 396 с.

Чижигов, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижигов, В. В. Чижигов. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 11. Технологии делового общения в сфере СКД**

1. Общение как социально-психологическая проблема.

2. Барьеры общения и мотивы поведения. Формирование первого впечатления. Основные каналы информации о собеседнике.

3. Психология невербального общения. Игры в деловом общении.

4. Основные способы предупреждения и разрешения конфликтов.

#### *Литература*

Бэшэм, М. Чудо, которым была Индия / М. Бэшэм. – М., 1997. – 215 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения : учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Гойфман, О. Е. Основы речевой коммуникации : учебник / О. Е. Гойфман, Г. М. Надеина. – М., 1997. – 56 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Рощупкин, С. Н. Основы организации рекламной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин. – М., 1995. – 396 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.



Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

### ***Раздел 3. Организация социально-культурной деятельности (СКД)***

#### **Тема 12. Самодетельное художественное творчество в структуре СКД**

1. Понятие самодетельности как полифункционального явления.

2. Специфика художественной самодетельности как явления художественной культуры, как системы свободного времени и как социально-педагогического явления.

#### *Литература*

Аксютик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютик Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент: учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001 – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

#### **Тема 13. Сущность и функции массовых форм организации СКД**

1. Характеристика массовых форм организации СКД.

2. Функции массовых форм организации СКД в контексте современной ситуации.

3. Характеристика аудитории СКД.

#### *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксютник Н. И. – Минск, 2003 – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001 – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность : парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 14. Особенности организации и проведения массовых форм в СКД**

1. Классификация массовых форм. Особенности режиссуры и драматургии массовых форм.

2. Проведение народных праздников, спортивных мероприятий, театрализованных представлений, тематических вечеров, фестивалей, концертов, шоу-программ.

## *Литература*

Аксютник, Н. И. Социально-культурная деятельность: учеб. пособие / Аксютник Н.И. – Минск, 2003. – 101 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Чечетин, А. И. История театрализованных представлений / А. И. Чечетин. – М., 1996. – 148 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **Тема 15. Современная и традиционная празднично-обрядовая деятельность**

1. Характеристика праздника. Народные праздники. Светские и церковные праздники.

2. Формы участия в организации и проведении семейно-бытовых, календарных, общественно-бытовых, трудовых, военных, спортивных праздников и обрядов.

### *Литература*

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 16. Организация СКД с различными категориями населения Республики Беларусь**

1. Современная государственная идеология в Республике Беларусь и СКД.

2. Формы и методы организации СКД в семье, по месту жительства, с детьми и подростками, среди молодежи, с пожилыми и инвалидами.

3. Специфика организации СКД в городе и селе.

4. СКД и предупреждение преступлений, девиантного поведения.

### *Литература*

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003. – 101 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.

Чижииков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. Пособие / В. М. Чижииков, В. В. Чижииков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

## **Тема 17. История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси**

1. Досуг и развлечения людей в древний и средневековый период. Традиционные формы отдыха восточных славян. Христианизация культуры и ее влияние на отношение к труду и отдыху. Языческие и христианские праздники.

2. Смеховая культура Древней Руси. Святочный и масленичный смех. Скоморошество как культурный феномен. Игрища. Хороводы. Кулачные бои. Медвежья потеха.

3. Гендерная специфика досуговых занятий. Основные виды рукоделия. Зарождение и развитие аристократического досуга. Охота как вариант организации досуга. Настольные игры (зернь, шашки, шахматы и др.). Деятельность офеней и коробейников.

4. Петровские реформы и их влияние на характер досуга русского народа. Европеизация русской культуры. Первый опыт организации развлечений (XVIII-XIX вв.).

5. Специфика дворянского досуга, а также досуга среднеобеспеченных и бедных слоев населения России и Беларуси.

6. Народные промыслы и ремесла. Ярмарки и балаганы. Развивающие формы досуга в XIX-XX вв. Зарождение современных массово-демократических форм проведения досуга. Досуг интеллигенции.

7. Свободное время и досуг в советский и постсоветский периоды. Интеграция культурно-досуговой сферы в новые общественные отношения и рыночную экономику СНГ.

### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Бахтин, М. М. Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М., 1988. – 67 с.

Беда, Л. В. Благотворительность и меценатство в России / Л. В. Беда. – М., 2003. – 182 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Вылова, Л. В. Русские народные игры / Л. В. Вылова. – М., 1988. – 93 с.

Гагин, В. Н. Национальные праздники и обряды или праздничность как феномен русской культуры / В. Н. Гагин. – М., 2005. – 241 с.

Галин, С. А. Исторический опыт культурного строительства в первые годы Советской власти / С. А. Галин. – М., 1999. – 86 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности: учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Клюско, Е. М. Культурно-досуговая деятельность населения России (1945-1985) / Е. М. Клюско. – М., 1999. – 224 с..

Козьякова, М. И. Эстетика повседневности, материальная культура и быт Западной Европы XV-XIX вв. / М. И. Козьякова. – СПб., 2001. – 347 с.

Культурно-досуговая деятельность: учебник / под ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М., 1998. – 234 с.

Некрылова, А. Ф. Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища конца XVIII – начала XX вв. / А. Ф. Некрылова – Л., 1988. – 193 с.

Развлекательная культура России XVIII – XIX вв. : очерки истории и теории. – СПб., 2000. – 71 с.

Соколов, Б. М. Художественный язык русского лубка / Б. М. Соколов. – М., 1999. – 204 с.

### **Тема 18. КДД как часть общественной и экономической практики современного мира**

1. Общественный и экономический потенциал досуга.

2. Роль культурной политики и правового регулирования в развитии КДД. Организация досуга как часть экономического производства и сегмент социокультурного сервиса.

3. Экономика культуры и ее социальное значение. Основные элементы экономики культуры.

4. Сущность социокультурных и досуговых услуг. Понятие культурного продукта. Инфраструктура культуры и досуга. Имущественно-правовые формы организации культурного производства и культурно-досуговых услуг.

#### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – 2007. – 236 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Культурно-досуговая деятельность : учебник / под ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М., 1998. – 234 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

### **Тема 19. Игра как эффективная форма КДД**

1. Игра, ее сущность и основные функции. Игровая концепция культуры (Й. Хейзинга, Е. Финк, М. Бахтин, Д. Лихачев и др.).

2. Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Разработка и проведение анимационных программ. Анимационная работа с детьми и подростками.

3. Классификация игр. Организация зрелищно-игровых и конкурсных программ. Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

#### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Культурно-досуговая деятельность : учебник / под ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М., 1998. – 234 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент : учеб.-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент : организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.



Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.

Хёйзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хёйзинга. – М., 1988. – 127 с.

Хренов, Н. А. «Человек играющий» в русской культуре / Н. А. Хренов. – СПб., 2005. – 286 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

## **Тема 20. Особенности организации и проведения массовых форм КДД**

1. Классификация массовых форм КДД в контексте современной социально-культурной политики.

2. Место и роль народных праздников в истории культуры и современной мультикультурной ситуации.

3. Специфика организации корпоративных праздников и вечеринок. Инновации в проведении народных праздников, представлений и театрализованных представлений, шоу-программ.

4. Развитие фестивального движения в различных регионах СНГ и РБ.

5. Развитие актуальных направлений в туризме (агротуризм, ностальгический туризм, гастрономический туризм и др.).

### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности: учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент : учеб-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.

## **Тема 21. Организация самодеятельного и любительского художественного творчества**

1. Самодеятельное и любительское художественное творчество в структуре КДД. Особенности организации фольклорного и авторского любительского творчества, критерии их оценки.

2. Хобби. Фестиваль мировой культуры. Фольклорные фестивали. Фестиваль самодеятельной авторской песни им. В. Грушина. Деятельность клубов авторской песни. Туристские слеты. Слеты байкеров и роллеров. Мотор-шоу. Авиа-шоу.

### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Болотова, Ю. Г. Прикладная культурология: [Электронный ресурс]: курс лекций: для студентов специальности «Культурология (по направлениям)» / Ю. Г. Болотова, Е. А. Макарова, А. И. Смагин. – Электрон. дан. – Минск : Современные знания, 2009. – 240 с. – Электрон. опт. диски (CD-ROM). – 1 диск.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Жарков, А.Д. Технологии культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие / А.Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Приезжева, Е.М. Анимационный менеджмент : учеб-метод. пособие / Е.М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А.Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.

## **Тема 22. Особенности организации семейного досуга**

1. Понятие семьи. Классификация семей. Семья – основная ячейка общества. Основные функции семьи.

2. Развитие семейного творчества. Детское изобразительное искусство. Развитие музыкальных способностей ребенка в семье. Роль чтения в развитии личности ребенка. Организация семейных торжеств. Семейные театрализованные праздники.

3. Специфика организации мероприятий для детской и подростковой аудитории.

### *Литература*

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность : учеб. пособие / Г. П. Аванесова. – М., 2007. – 236 с.

Аксютик, Н. И. Социально-культурная деятельность : учеб. пособие / Н. И. Аксютик. – Минск, 2003. – 101 с.

Болотова, Ю. Г. Прикладная культурология: [Электронный ресурс] : курс лекций: для студентов специальности «Культурология (по направлениям)» / Ю. Г. Болотова, Е. А. Макарова, А. И. Смагин. – Электрон. дан. – Минск : Современные знания, 2009. – 240 с. – Электрон. опт. диски (CD-ROM). – 1 диск.

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга : учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998. – 137 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности : учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Григорьева, Е. И. Современные технологии социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Отв. ред. Е. И. Григорьева. Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2002. – 504 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент : учеб-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А. Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., СПб., Киев, 2005. – 328 с.

### **3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

*Перечень способов контроля результатов учебной деятельности студентов*

К устной форме контроля результатов деятельности студентов относятся: индивидуальные консультации, выступления на семинарских и практических занятиях, устные зачеты, дискуссии.

К письменной форме контроля результатов деятельности студентов относятся: рефераты, эссе.

К технической форме контроля результатов деятельности студентов относится презентация.

Оценка учебных достижений студентов осуществляется по десятибалльной системе.

#### **ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ И ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ**

##### **(самостоятельная работа студентов)**

Понятие культуры в истории европейской гуманитарной мысли.

Культура и личность.

Культура и общество.

Понятие социокультурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как объект изучения.

Историография понятия социокультурной деятельности: общая характеристика.

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры (до XVII в.)

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в Новое и Новейшее время (XVII-XXI вв.).

Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XX ст. в сети клубных учреждений культуры.

Основные направления современной социокультурной деятельности и ее особенности в Беларуси.

Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе.

Краткая историография понятия СКД на современном этапе.

Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД.

Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как общественная проблема: общая характеристика.

Субъекты СКД.

СКД как педагогическая система.

Государственные и негосударственные структуры СКД.

Общественные формирования в структуре СКД.

Учреждения и организации СКД в Республике Беларусь: история и современность.

Феномен организации.

Устройство управления организацией.

Инновации в организациях.

Отношения между организациями.

Анатомия организационного конфликта.

Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности.

Организации в сфере культуры.

Характеристика музыкальных объединений молодежи в структуре свободного времени.

Особенности педагогических и творческих процессов в коллективе художественной самодеятельности.

Предпринимательство в сфере досуга.

Особенности подготовки и проведения посольских мероприятий

Организационные методы проведения основных форм культурно-просветительной деятельности.

Рекламная компания выборной деятельности

Современные тенденции развития массовых форм организации СКД.

Организационно-методические условия развития музыкального творчества в сфере СКД.

Характеристика жанрово-видового состава художественной самодеятельности.

Региональные праздники в структуре современной СКД.

Особенности подготовки и проведения спортивно-зрелищных мероприятий.

Современные тенденции развития художественной самодеятельности.

Особенности развития форм музыкального досуга молодежи в условиях города и села.

Музыкальный досуг как объект специальных социологических исследований.

Культурно-просветительная деятельность в сфере СКД.

Особенности разработки плана мероприятий международного симпозиума (по направлениям СКД).

Особенности подготовки и проведения телемарафона (или радио марафона).

Организация художественной авторской самодеятельности.

Современное экологическое движение в структуре СКД

Характеристика и классификация массовых форм СКД.

Основные критерии подбора ценностей, связанных с народными праздниками и обрядами.

Особенности современной презентативной деятельности в Беларуси.

Специфика деятельности учреждений культуры по экологическому воспитанию населения

Психолого-педагогические подходы к организации массовых форм СКД для различных групп населения.

Сущность и организация игровых, развлекательных и конкурсных программ.

Организационно-методические условия организации массовых форм СКД в условиях рыночной экономики.

Особенности организации и проведения фестивалей и праздников народного творчества.

Особенности организации празднично-обрядовой деятельности в сельской местности.

Организация презентации книги и полиграфической деятельности.

Особенности организации сбора средств для детей-инвалидов.

Парковые мероприятия, народные гуляния. Их организация и проведение.

Семейно-бытовая обрядность в контексте проблем сохранения духовного наследия.

Особенности организации и проведения тематических вечеров и театрализованных представлений.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Особенности подготовки и проведения мероприятий выходного дня.

Особенности подготовки и проведения праздника по профессии.

Прикладная культурология в структуре культурологического знания.

Основные жизненные интересы и потребности человека.

Понятие социально-культурной деятельности.

Место и роль культурно-просветительской деятельности в системе социокультурной деятельности.

Объекты культурной инфраструктуры и субъекты культурной деятельности.

Становление и развитие социокультурной деятельности: основные этапы.



Современное состояние и перспективы развития системы социокультурной деятельности в РБ.

Основные направления государственной поддержки культуры и искусства в РБ.

Закон РБ «О культуре»: основные понятия. Цели и приоритеты государственной политики в сфере культуры и искусства.

Семья как первичный социально-культурный институт. Функции семьи.

Развитие семейного художественного творчества.

Специфика государственных, региональных и муниципальных структур культуры и искусства.

Государственные и коммерческие учреждения и организации социокультурной сферы: общее и особенное.

Особенности менеджмента социокультурной сферы. Управленческие и организационные аспекты менеджмента СКС.

Деятельность учреждений и организаций культуры в современных рыночных условиях. Фандрайзинг.

Меценатство и спонсорство: история и современность.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Организация как общественное и культурное явление. Современные общественные организации и общественно-добровольные формирования.

Деловое общение: общая характеристика. Невербальные и вербальные средства делового общения.

Манипулятивные приемы влияния на психику человека при деловом общении. Способы борьбы с манипуляциями.

История делового этикета. Основные нормы делового этикета.

Организация и технология устного публичного выступления.

Понятия «полемическое мастерство», «спор», «полемика», «дебаты» и «прения».

Технология проведения спора. Доказательства и аргументы в споре. Основные логические ошибки.

Основные требования к культуре спора. Поведение участников в споре.

Технология проведения деловой беседы.

Технология подготовки и проведения деловых переговоров.

Тактика и основные стратегии переговорного процесса. Позиционный торг и конструктивные переговоры.

Технология проведения деловых совещаний.

Технология проведения презентаций.

Технология проведения пресс-конференций.

Понятия свободного времени, досуга и рекреации.

История культурно-досуговой деятельности: первобытное общество и Древний мир.

История культурно-досуговой деятельности: XVII-XIX вв. Зарождение и развитие индустрии досуга.

История культурно-досуговой деятельности: XX-XXI вв. Формирование глобальной цивилизации досуга.

Современное состояние и перспективы развития учреждений и организаций сферы досуга.

Средства массовой информации в социокультурной деятельности. Основные функции СМИ.

Сущность и специфика самодеятельного любительского художественного творчества.

Понятия рекламы и PR. Виды рекламы.

Психология и законы рекламы.

Социальные функции рекламы. Специфика рекламы в социально-культурной сфере.

Особенности рекламы культурных проектов.

Рекламная кампания выборной деятельности. Влияние особенностей национальной культуры на рекламную кампанию выборной деятельности.

Межличностный и межгрупповой конфликт.

Конфликтная личность.

Конфликт в организации. Конфликтная ситуация. Конфликтное действие.  
Производственный и трудовой конфликт. Инновационный конфликт.  
Технология работы с персоналом учреждения (организации) культуры.  
Управление конфликтом. Предупреждение конфликтов. Универсальный способ предупреждения конфликтов

Социально-культурная сущность досуга.  
Досуг как сфера развития личности.  
Понятие культурно-досуговой деятельности.  
Субъекты и объекты культурно-досуговой деятельности.  
Функции культурно-досуговой деятельности.  
Методы культурно-досуговой деятельности.  
Средства культурно-досуговой деятельности.  
Формы культурно-досуговой деятельности.  
Классификация видов досуговой деятельности.  
Виды обеспечения культурно-досуговой сферы.  
Инфраструктура культурно-досуговой сферы.  
Основные этапы исторического развития культурно-досуговой деятельности: общая характеристика. Первобытная культура, Древний мир.  
Специфика досуговых занятий в Средневековье: арабо-мусульманский Восток и страны Европы.  
Радикальные изменения в культурно-досуговой сфере (XV-XX вв.). Массовизация культуры. Становление индустрии досуга.  
Культурно-досуговая индустрия: понятие и сущность.  
Культурно-досуговая деятельность в постиндустриальном (информационном) обществе. Основные тенденции развития современной досуговой сферы.  
Актуальные проблемы и перспективы глобальной «цивилизации досуга».  
Современные концепции досуга и культурно-досуговой деятельности.  
История развития досуговой активности в России и Беларуси. Актуальные проблемы развития культурно-досуговой деятельности в Беларуси.

Нормативно-правовая база организации культурно-досуговой деятельности в РБ.

Приоритеты национальной культурной политики РБ в области культурно-досуговой деятельности.

Формы государственной поддержки культурно-досуговой сферы.

Культурно-досуговые учреждения, виды и направления их деятельности.

Особенности дифференцированного подхода к организации КДД населения.

Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.

Фестивали: сущность, значение, функции. Современные фестивали самодеятельного любительского творчества

Самодеятельное любительское творчество как социально-культурный феномен.

Жанрово-видовой состав самодеятельного любительского творчества.

Виды самодеятельных любительских формирований.

Особенности организации досуга детей.

Организация и методика КДД подростков.

Культурно-досуговая деятельность молодежи: традиции и инновации.

Молодежные субкультуры и контркультуры XX-XXI вв.

Особенности организации досуга пожилых людей.

Развитие семейного художественного творчества.

Феномен игры. Игра, ее сущность и основные функции.

Игровая концепция культуры (Й. Хёйзинга и др.).

Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Классификация игр.

Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

Разработка и проведение анимационных программ.

# ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ (ЭКЗАМЕНУ)

## ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (1 семестр)

### *Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности*

Понятие культуры в истории европейской гуманитарной мысли.

Культура и личность.

Культура и общество.

Понятие социокультурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как объект изучения.

Историография понятия социокультурной деятельности: общая характеристика.

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры (до XVII в.)

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в Новое и Новейшее время (XVII-XXI вв.).

Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XX ст. в сети клубных учреждений культуры.

Основные направления современной социокультурной деятельности и ее особенности в Беларуси.

Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе.

Краткая историография понятия СКД на современном этапе.

Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД.

Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как общественная проблема: общая характеристика.

Субъекты СКД.

СКД как педагогическая система.

Государственные и негосударственные структуры СКД.

Общественные формирования в структуре СКД.

Учреждения и организации СКД в Республике Беларусь: история и современность.

Феномен организации.

Устройство управления организацией.

Инновации в организациях.

Отношения между организациями.

Анатомия организационного конфликта.

Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности.

Организации в сфере культуры.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ (2 семестр)**

### ***Раздел 2. Организация социально-культурной деятельности***

Предпринимательство в сфере досуга.

Особенности подготовки и проведения посольских мероприятий.

Современные тенденции развития художественной самодеятельности.

Характеристика жанрово-видового состава художественной самодеятельности.

Организация художественной авторской самодеятельности.

Особенности педагогических и творческих процессов в коллективе художественной самодеятельности.

Рекламная компания выборной деятельности.

Современные тенденции развития массовых форм организации СКД.

Музыкальный досуг как объект специальных социологических исследований.

Организационно-методические условия развития музыкального творчества в сфере СКД.

Психолого-педагогические подходы к организации массовых форм СКД для различных групп населения.

Организационно-методические условия организации массовых форм СКД в условиях рыночной экономики.

Особенности развития форм музыкального досуга молодежи в условиях города и села.

Характеристика музыкальных объединений молодежи в структуре свободного времени.

Особенности подготовки и проведения спортивно-зрелищных мероприятий.

Особенности организации и проведения фестивалей и праздников народного творчества.

Особенности организации празднично-обрядовой деятельности в сельской местности.

Основные критерии подбора ценностей, связанных с народными праздниками и обрядами.

Парковые мероприятия, народные гуляния. Их организация и проведение.

Особенности организации и проведения тематических вечеров и театрализованных представлений.

Характеристика и классификация массовых форм СКД.

Особенности подготовки и проведения мероприятий выходного дня.

Особенности подготовки и проведения праздника по профессии.

Семейно-бытовая обрядность в контексте проблем сохранения духовного наследия.

Организационные методы проведения основных форм культурно-просветительной деятельности.

Сущность и организация игровых, развлекательных и конкурсных программ.

Региональные праздники в структуре современной СКД.

Культурно-просветительная деятельность в сфере СКД.

Особенности разработки плана мероприятий международного симпозиума (по направлениям СКД).

Особенности подготовки и проведения телемарафона (или радио марафона).

Современное экологическое движение в структуре СКД.

Особенности современной презентативной деятельности в Беларуси.

Специфика деятельности учреждений культуры по экологическому воспитанию населения.

Организация презентации книги и полиграфической деятельности.

Особенности организации сбора средств для детей-инвалидов.

Организация и планирование фондовой деятельности.

### **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (3 семестр)**

#### ***Раздел 3. Технологии социально-культурной деятельности***

Прикладная культурология в структуре культурологического знания.

Основные жизненные интересы и потребности человека.

Понятие социально-культурной деятельности.

Место и роль культурно-просветительской деятельности в системе социокультурной деятельности.

Объекты культурной инфраструктуры и субъекты культурной деятельности.

Становление и развитие социокультурной деятельности: основные этапы.

Современное состояние и перспективы развития системы социокультурной деятельности в Республике Беларусь.

Основные направления государственной поддержки культуры и искусства в Республике Беларусь.

Закон Республики Беларусь «О культуре»: основные понятия. Цели и приоритеты государственной политики в сфере культуры и искусства.



Семья как первичный социально-культурный институт. Функции семьи.

Развитие семейного художественного творчества.

Специфика государственных, региональных и муниципальных структур культуры и искусства.

Государственные и коммерческие учреждения и организации социокультурной сферы: общее и особенное.

Особенности менеджмента социокультурной сферы. Управленческие и организационные аспекты менеджмента СКД.

Деятельность учреждений и организаций культуры в современных рыночных условиях. Фандрайзинг.

Меценатство и спонсорство: история и современность.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Организация как общественное и культурное явление. Современные общественные организации и общественно-добровольные формирования.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (5 семестр)**

### ***Раздел 3. Технологии социально-культурной деятельности***

Деловое общение: общая характеристика. Невербальные и вербальные средства делового общения.

Манипулятивные приемы влияния на психику человека при деловом общении. Способы борьбы с манипуляциями.

История делового этикета. Основные нормы делового этикета.

Организация и технология устного публичного выступления.

Понятия «полемическое мастерство», «спор», «полемика», «дебаты» и «прения».

Технология проведения спора. Доказательства и аргументы в споре. Основные логические ошибки.

Основные требования к культуре спора. Поведение участников в споре.

Технология проведения деловой беседы.

Технология подготовки и проведения деловых переговоров.

Тактика и основные стратегии переговорного процесса. Позиционный торг и конструктивные переговоры.

Технология проведения деловых совещаний.

Технология проведения презентаций.

Технология проведения пресс-конференций.

Средства массовой информации в социокультурной деятельности. Основные функции средств массовой информации.

Досуг как сфера социально-культурной деятельности.

Сущность и специфика самодеятельного любительского художественного творчества.

Понятия рекламы и PR. Виды рекламы.

Психология и законы рекламы.

Социальные функции рекламы. Специфика рекламы в социально-культурной сфере.

Особенности рекламы культурных проектов.

Рекламная кампания выборной деятельности. Влияние особенностей национальной культуры на рекламную кампанию выборной деятельности.

Межличностный и межгрупповой конфликт.

Конфликтная личность.

Конфликт в организации. Конфликтная ситуация. Конфликтное действие.

Производственный и трудовой конфликт. Инновационный конфликт.

Технология работы с персоналом учреждения (организации) культуры.

Управление конфликтом. Предупреждение конфликтов. Универсальный способ предупреждения конфликтов.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (7 семестр)**

### ***Раздел 4. Организация и методика культурно-досуговой деятельности***

Социально-культурная сущность досуга.

Досуг как сфера развития личности.

Понятие культурно-досуговой деятельности.

Субъекты и объекты культурно-досуговой деятельности.

Функции культурно-досуговой деятельности.

Методы культурно-досуговой деятельности.

Средства культурно-досуговой деятельности.

Формы культурно-досуговой деятельности.

Классификация видов досуговой деятельности.

Виды обеспечения культурно-досуговой сферы.

Инфраструктура культурно-досуговой сферы.

Основные этапы исторического развития культурно-досуговой деятельности: общая характеристика. Первобытная культура, Древний мир.

Специфика досуговых занятий в Средневековье: арабо-мусульманский Восток и страны Европы.

Радикальные изменения в культурно-досуговой сфере (XV-XX вв.). Массовизация культуры. Становление индустрии досуга.

Культурно-досуговая индустрия: понятие и сущность.

Культурно-досуговая деятельность в постиндустриальном (информационном) обществе. Основные тенденции развития современной досуговой сферы.

Актуальные проблемы и перспективы глобальной «цивилизации досуга».

Современные концепции досуга и культурно-досуговой деятельности.

История развития досуговой активности в России и Беларуси. Актуальные проблемы развития культурно-досуговой деятельности в Беларуси.

Нормативно-правовая база организации культурно-досуговой деятельности в Республике Беларусь. Закон «О культуре».

Приоритеты национальной культурной политики Республики Беларусь в области культурно-досуговой деятельности.

Формы государственной поддержки культурно-досуговой сферы.

Культурно-досуговые учреждения, виды и направления их деятельности.

Особенности дифференцированного подхода к организации КДД населения.

Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.

Фестивали: сущность, значение, функции. Современные фестивали самодеятельного любительского творчества.

Самодеятельное любительское творчество как социально-культурный феномен.

Жанрово-видовой состав самодеятельного любительского творчества.

Виды самодеятельных любительских формирований.

Особенности организации досуга детей.

Организация и методика КДД подростков.

Культурно-досуговая деятельность молодежи: традиции и инновации.

Молодежные субкультуры и контркультуры XX-XXI вв.

Особенности организации досуга пожилых людей.

Развитие семейного художественного творчества.

Феномен игры. Игра, ее сущность и основные функции.

Игровая концепция культуры (Й. Хейзинга и др.).

Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Классификация игр.

Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

Разработка и проведение анимационных программ.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ**

Мифотворчество в условиях информатизации и глобализации культуры: на примере рекламы товаров и услуг.

Языковая реальность постнеклассической эпохи: на примере Интернет-ресурсов СНГ: теоретический и прикладной аспекты.

«Молодежная культура» и «культура для молодежи» в контексте системной трансформации общества (кон. XX – нач. XXI вв.): теоретический и прикладной аспекты.

Идеи Модерна и Постмодерна и их воплощение в художественной культуре XX-XXI вв. : попытка сравнительного анализа.

Китч как феномен мировой художественной культуры (втор. пол. XX – нач. XXI вв.): исторический и прикладной аспекты проблемы.

Развитие кросс-культуры как теоретической модели и социокультурной стратегии действия в рамках постнеклассического типа культуры: на примере художественной культуры СНГ.

Мультикультурализм как теория и практика социального действия в контексте глобализационных процессов постсовременности.

Динамика развития региональных СМИ в контексте «глобализации» культуры (кон. XX – нач. XXI вв.)

Общественные средства массовой информации как социокультурный феномен постсоциалистического культурного пространства: возникновение и основные тенденции развития.

Актуальные направления и проблемы развития досуговой деятельности: на примере организаций культуры Республики Беларусь и Российской Федерации.

Формирование и развитие альтернативной культурно-досуговой деятельности в контексте культуры постсовременности (кон. XX – нач. XXI вв.).

Организация современной рекреации и туристизма, основные тенденции и проблемы развития: на примере турбизнеса в Республики Беларусь и Российской Федерации.

Роль города и урбанистической культуры в развитии мировой цивилизации: диахронный и синхронный аспекты. Актуальные исследования в области культурологии города.

Половозрастные стереотипы и их роль в социодинамике культуры. Актуальные тенденции развития гендерной культурологии.

Музейное дело на современном этапе: от архаики к новым технологиям.

Готическая субкультура в XXI веке.

Меценаты, спонсоры и рыночные отношения в сфере художественной культуры.

Музыка как явление культуры и психический феномен.

Искусство традиционное, элитарное, массовое, авангардное.

Культура как реализация творческих возможностей человека.

Взаимодействие искусства и техники. Влияние новых технологий на развитие искусства.

Бренд в сфере культуры: на примере развлекательного клуба «Бронкс».

Особенности организации рекламной деятельности в издательствах Беларуси.

Насилие в социуме и его профилактика средствами искусства.

Особенности организации и проведения культурно-массовых мероприятий: на примере...

Трансформация культурной идентичности человека в контексте идей устойчивого развития XXI века.

Традиции фольклорно-хореографической культуры: проблемы бытования современном этапе.

Неомифологические концепты современного шоу-бизнеса.

Женские образы в западноевропейской художественной культуре: на примере живописи 14-20 веков.

Музей как креативное пространство культуры.

Современный кинематограф: путь от традиций к новому визуальному качеству.

Роль глобальной информационной сети Интернет в развитии современной художественной культуры.

Реклама в современных средствах массовой информации и коммуникации: история, современное состояние и перспективы развития.

Меценатство и спонсорство как социокультурный феномен.

Исторический костюм как феномен театрального искусства: культурологический аспект.

Мюзикл в контексте культуры постмодерна: специфика многобюджетных арт-проектов.

Организация и особенности проведения культурного проекта на рекламном уровне: на примере...

Роль социальной рекламы в формировании современной социокультурной ситуации.

Особенности продюсирования и постановки «ток-шоу» программ на ТВ.

Фестивали моды, конкурсы красоты и формирование стиля эпохи: культурологический аспект.

Выставки современного искусства как феномен социокультурного процесса: особенности организации и функционирования.

Особенности организации регионального телевидения: на примере ...

Место и роль современных ВТЛ в рекламной компании: теория и практика организации.

Специфические особенности современного рекламотворчества: на примере рекламы культурных проектов.

Реклама на ТВ: современное состояние и перспективы развития.

## **ГЛОССАРИЙ**

Принятые в УМК сокращения:

КДД – культурно-досуговая деятельность,

СКД – социально-культурная деятельность.

## 4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

### 4.1. Учебная программа

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННЫХ ЗНАНИЙ ИМЕНИ А.М.ШИРОКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Института современных знаний  
имени А.М.Широкова

\_\_\_\_\_ А.Л.Капилов

\_\_\_\_\_

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_

ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Учебная программа для специальности:

1-21 04 01 Культурология (по направлениям)

2017 г.



Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-20 04 01-2013 и учебного плана для специальности 1-21 04 01 культурология (по направлениям)

#### СОСТАВИТЕЛИ:

Болотова Ю.Г., доцент кафедры культурологии Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», кандидат культурологии;

Смагин А.И., профессор кафедры культурологии Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова», доктор искусствоведения

#### РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.Е.Шелупенко, кандидат культурологии, декан Факультета традиционной белорусской культуры и современного искусства Белорусского государственного университета культуры и искусств, доцент;

И.А.Алекснина, кандидат искусствоведения, доцент кафедры театрального творчества Белорусского государственного университета культуры и искусств, доцент

#### РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой культурологии Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова» (протокол № 10 от 28.05. 2015 г.);

Научно-методическим советом Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М.Широкова» (протокол № 6 от 28.05. 2015 г.);

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### **Прикладная культурология в контексте развития современного образования.**

Среди знаковых событий мировой культуры конца XX века, несомненно, следует отметить гуманитаризацию картины мира и становление гуманизма современного типа. Отмеченная тенденция распространилась и на область высшего образования, что привело к рождению и становлению концепции гуманитаризации высшего образования в мире и в Республике Беларусь. В настоящее время феномен гуманитаризации прочно вошел в содержание культурологического образования в качестве его мировоззренческой основы.

Прикладная культурология – один из важнейших блоков современного культурологического знания. При этом прикладное культурологическое знание имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от фундаментального блока культурологической информации. Прежде всего, прикладная культурология нацелена на решение практических задач культурного строительства и развития.

Так, прикладная культурология раскрывает средства, методы и формы общения человека к миру культуры и изучает механизм создания благотворного культурного окружения, раскрывая технологию обеспечения условий для реализации духовно-эвристических, интеллектуальных, художественно-творческих потенций людей, проявления их социально-культурной активности. Другими словами, прикладная культурология изучает процесс освоения, сохранения и распространения социально одобряемых культурных текстов и ценностей культуры, постижения индивидом итогов этой деятельности и процесс привлечения его в производство ценностей культуры в процессе распредмечивающей деятельности.

Актуальность и перспективность данного направления культурологической мысли в настоящее время не вызывает сомнений. Вспомним, что исторические модели культурного человека в XX-XXI вв. представлены не только эрудитом, моралистом, коммуникатором, художником, но и человеком-практиком. Для современного человека-практика доминантой выступает преобразовательная деятельность, а основными модификациями выступают социально-организационная и производственно-техническая деятельность (Е.Калач).

На наш взгляд, в настоящее время необходима оптимизация структуры и объемов подготовки специалистов с высшим культурологическим образованием с учетом потребностей развития современного белорусского общества. В связи с этим нам представляется очевидной необходимостью реформирования сложившейся системы культурологического образования в Республике Бела-

реть с последующим обновлением содержания культурологического образования в сторону увеличения прикладного блока информации.

Кроме того, в настоящее время необходима интенсивная подготовка молодых культурологических кадров к жизнедеятельности в условиях мультикультурного информационного общества с такими его неизменными атрибутами, как вариативность, скорости и риски, интеграция и, в то же время, специализация, необходимость смены профессиональных занятий. Дополнительная сложность заключается в том, что субъектам культурной и творческой деятельности необходимо постоянно мобилизовывать и стимулировать ресурсы профессиональной креативности.

Сегодня мы наблюдаем стремительное развитие сегмента сферы культуры и искусства как части экономического производства. Динамично развиваются современные методы и приемы организации, а также технологии социально-культурной и культурно-досуговой деятельности. В данной области происходит активное внедрение новаций и на основе инновационной деятельности закладывается фундамент новых традиций управления сферой культуры и искусства. Сознательное, целенаправленное, планомерное освоение инноваций, основанное на знаниях, добытых в результате проведения фундаментальных и прикладных культурологических исследований и воплощенных в новых технологиях, а затем освоение их в условиях производства является характерной чертой XXI века, с которой он, очевидно, останется в истории.

В заключение наших размышлений на тему прикладной культурологии хотелось бы ненадолго вернуться к их началу. Нам думается, что гуманитаризация воспитательно-образовательного процесса выступает не как маловажное звено в процессе подготовки специалиста, а как основа формирования современной культурной и культурологической компетентности (А.Флиер) студентов, обучающихся по специальности «Прикладная культурология».

### **Цели и задачи дисциплины «Прикладная культурология».**

Современные требования к уровню подготовки студента как будущего специалиста включают в себя общие требования к уровню подготовки, требования к академическим компетенциям, требования к профессиональным компетенциям, а также требования к социально-личностным компетенциям. Благодаря такому комплексному подходу, выстраивается логическая цепочка, в которой взаимосвязаны три вопроса: «для чего учить», «чему учить» и «как учить». В данной учебной программе по прикладной культурологии в соответствии с вышесказанным соблюдены все необходимые пропорции и взаимосвязи.

Данный оригинальный авторский курс, разработанный и апробированный сотрудниками кафедры культурологии Института современных знаний имени

А.М. Широкова на протяжении ряда последних лет, опирается и на ряд других документов, регламентирующих получение культурологического образования в нашей стране.

Так, в соответствии со стандартными документами в Институте современных знаний им. А.М. Широкова корректным образом сформулированы цели и задачи дисциплины «Прикладная культурология». *Основной целью* дисциплины «Прикладная культурология» является освоение, сохранение, создание и распространение ценностей культуры, постижение индивидом результатов этой деятельности и процесс включения его в производство ценностей культуры. В результате освоения курса студенты должны уверенно ориентироваться в проблемном поле прикладной культурологии, приобрести компетентностные навыки в данной области.

*Задачами* изучения дисциплины «Прикладная культурология» являются:

изучение основ прикладной культурологии, что позволяет использовать закономерности процесса приобщения человека к культурному социуму в специфических условиях региона, определенного учреждения культуры, организации и семьи;

использование достижений прикладной культурологии для воздействия на процесс развития личности, для управления педагогическим процессом и реализации принципов педагогики сотворчества и взаимовоспитания в социально-культурной деятельности;

освоение методологии и методики общественной организации свободного времени для обеспечения основных направлений социально-культурной деятельности различных категорий населения;

знакомство с принципами организации и экономики учреждений культуры для осуществления эффективного управления их деятельностью в реальных условиях их существования;

обучение методике прогнозирования, планирования и разработки культурных проектов и программ;

развитие профессионального мышления и культуры социальной коммуникации, адаптации и мобильности выпускника вуза в современных изменяющихся социально-культурных условиях.

В ходе обучения применяются активные методы педагогического взаимодействия, диалогические формы, творческие задания, направленные на личностный рост и развитие творческого потенциала студентов. Изучение учебной дисциплины «Прикладная культурология» у студентов должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

– академические компетенции

АК-1. Уметь использовать базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом

АК-3. Владеть исследовательскими навыками в области культурологии

АК-5. Быть способным порождать новые идеи (быть креативным)

АК-6 Владеть междисциплинарным подходом к решению проблем

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, использованием информации и работой с компьютером

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации

– социально-личностные компетенции

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

САК-6. Уметь работать в команде

САК-9. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ» (дневная форма обучения)

Курс прикладной культурологии в Институте современных знаний имени А.М. Широкова является профилирующим для студентов-культурологов. Его преподавание длится на протяжении ряда лет и делится на несколько взаимосвязанных логичных частей: «История и теория социально-культурной деятельности», «Организация социально-культурной деятельности», «Технологии социально-культурной деятельности», «Организация и методика культурно-досуговой деятельности». Формой контроля занятий является прием зачетов (2 семестр) и экзаменов (2, 3, 7 семестры).

Название разделов и тем	Количество часов				
	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа
		лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	
<b>Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
1. Понятие социально-культурной деятельности		2	2	4	
2. Историография понятия социально-культурной деятельности		2	2	4	
3. Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе		2	2	4	
4. Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности		2	2	4	
5. Социально-культурная деятельность как общественная проблема		2	2	4	
6. Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности		2	2	4	

<b>Раздел 2. Технологии социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
7. Технологии организации и деятельности учреждений культуры		2	4	8	
8. Менеджмент в социально-культурной деятельности		4	6	4	
9. Технологии коммерческой деятельности учреждений социально-культурной деятельности		4	6	8	
10. Реклама в социально-культурной деятельности		6	6	4	
11. Технологии делового общения в сфере социально-культурной деятельности		8	10	16	
<b>Раздел 3. Организация социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
12. Самостоятельное художественное творчество в структуре социально-культурной деятельности		6	4	4	
13. Сущность и функции массовых форм организации социально-культурной деятельности		4	2	4	
14. Особенности организации и проведения массовых форм в социально-культурной деятельности		6	4	18	
15. Современная и традиционная празднично-обрядовая деятельность		8	4	10	
16. Организация социально-культурной деятельности с различными категориями населения Республики Беларусь		8	4	12	
<b>Раздел 4. Организация и методика культурно-досуговой деятельности (КДД)</b>					
17. История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси		2	2	4	
18. Культурно-досуговая деятельность как часть общественной и экономической практики современного мира		2	2	4	

19. Игра как эффективная форма культурно-досуговой деятельности		2	2	10	
20. Особенности организации и проведения массовых форм культурно-досуговой деятельности		4	4	18	
21. Организация самодеятельного и любительского художественного творчества		2	4	10	
22. Особенности организации семейного досуга		2	4	10	
<b>ВСЕГО:</b>	338	82	82	174	

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
«ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ» (заочная форма обучения)**

Название разделов и тем	Количество часов				
	Всего	Аудиторные			Самостоятельная работа
		лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	
<b>Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
1. Понятие социально-культурной деятельности		2			
2. Историография понятия социально-культурной деятельности		2			
3. Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе		2			
4. Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности			2	2	
5. Социально-культурная деятельность как общественная проблема		2			
6. Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности			2		



<b>Раздел 2. Технологии социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
7. Технологии организации и деятельности учреждений культуры		2		2	
8. Менеджмент в социально-культурной деятельности			2	2	
9. Технологии коммерческой деятельности учреждений социально-культурной деятельности		2		2	
10. Реклама в социально-культурной деятельности			2	2	
11. Технологии делового общения в сфере социально-культурной деятельности		2		4	
<b>Раздел 3. Организация социально-культурной деятельности (СКД)</b>					
12. Самостоятельное художественное творчество в структуре социально-культурной деятельности		2			
13. Сущность и функции массовых форм организации социально-культурной деятельности		2			
14. Особенности организации и проведения массовых форм в социально-культурной деятельности				4	
15. Современная и традиционная празднично-обрядовая деятельность			2		
16. Организация социально-культурной деятельности с различными категориями населения Республики Беларусь				4	
<b>Раздел 4. Организация и методика культурно-досуговой деятельности (КДД)</b>					
17. История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси		2			
18. Культурно-досуговая деятельность как часть общественной и экономической практики современного мира		2			

19. Игра как эффективная форма культурно-досуговой деятельности				2	
20. Особенности организации и проведения массовых форм культурно-досуговой деятельности			2	4	
21. Организация самодеятельного и любительского художественного творчества			2	4	
22. Особенности организации семейного досуга			2	4	
<b>ВСЕГО:</b>	<b>74</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>34</b>	

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### *Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности (СКД)*

#### **Тема 1. Понятие СКД**

СКД как объект изучения. Понятие СКД. Основные потребности личности. Личностный рост. Характеристика терминов «культура», «свободное время», «досуг» в структуре СКД. Уровни досуга.

#### **Тема 2. Историография понятия СКД**

Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XXвв. в сети клубных учреждений культуры. Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в основные исторические периоды. Основные направления современной СКД и ее особенности в Республике Беларусь.

#### **Тема 3. Сущность и специфика СКД на современном этапе**

Краткая историография понятия СКД на современном этапе. Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД. Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

#### **Тема 4. Методические и теоретические основы СКД**

Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности. СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

#### **Тема 5. СКД как общественная проблема**

Объекты и субъекты СКД. СКД – как педагогическая система. Государственные и негосударственные структуры СКД. Общественные формирования в структуре СКД. Учреждения и организации СКД в Беларуси.

#### **Тема 6. Организация как общественное явление, ее особенности в сфере СКД**

Феномен организации. Устройство управления организацией. Анатомия организационного конфликта. Инновации в организациях. Отношения между организациями. Организации в сфере культуры.

### *Раздел 2. Технологии социально-культурной деятельности (СКД)*

#### **Тема 7. Технологии организации и деятельности учреждений культуры**

Особенности организационной деятельности учреждений культуры. Соотношение коммерческой и некоммерческой деятельности учреждений культуры. Методика рекламы в СКД. Специфика делового общения в сфере культуры.

#### **Тема 8. Менеджмент в СКД**

Сфера культуры и технология менеджмента. Система механизмов менеджмента. Особенности менеджмента в сфере культуры.

### **Тема 9. Технологии коммерческой деятельности учреждений СКД**

Понятие коммерции в СКД. Структура связей и отличий коммерческой деятельности учреждений культуры и бизнеса.

### **Тема 10. Реклама в СКД**

Понятие «реклама». Основное функциональное назначение рекламы. Коммерческая реклама. Социальная реклама. Специфика рекламы культурных проектов. Методика рекламы в СКД. Экономические факторы рекламной деятельности.

### **Тема 11. Технологии делового общения в сфере СКД**

Общение как социально-психологическая проблема. Барьеры общения и мотивы поведения. Формирование первого впечатления. Основные каналы информации о собеседнике. Психология невербального общения. Игры в деловом общении. Основные способы предупреждения и разрешения конфликтов.

## ***Раздел 3. Организация социально-культурной деятельности (СКД)***

### **Тема 12. Самодеятельное художественное творчество в структуре СКД**

Понятие самодеятельности как полифункционального явления. Специфика художественной самодеятельности как явления художественной культуры, как системы свободного времени и как социально-педагогического явления.

### **Тема 13. Сущность и функции массовых форм организации СКД**

Характеристика массовых форм организации СКД. Функции массовых форм организации СКД в контексте современной ситуации. Характеристика аудитории СКД.

### **Тема 14. Особенности организации и проведения массовых форм в СКД**

Классификация массовых форм. Особенности режиссуры и драматургии массовых форм. Проведение народных праздников, спортивных мероприятий, театрализованных представлений, тематических вечеров, фестивалей, концертов, шоу-программ.

### **Тема 15. Современная и традиционная празднично-обрядовая деятельность**

Характеристика праздника. Народные праздники. Светские и церковные праздники. Формы участия в организации и проведении семейно-бытовых, календарных, общественно-бытовых, трудовых, военных, спортивных праздников и обрядов.

### **Тема 16. Организация СКД с различными категориями населения Республики Беларусь**

Современная государственная идеология в Республике Беларусь и СКД. Формы и методы организации СКД в семье, по месту жительства, с детьми и подростками, среди молодежи, с пожилыми и инвалидами. Специфика органи-

зации СКД в городе и селе. СКД и предупреждение преступлений, девиантного поведения.

### **Тема 17. История культурно-досуговой активности на территории России и Беларуси**

Досуг и развлечения людей в древний и средневековый период. Традиционные формы отдыха восточных славян. Христианизация культуры и ее влияние на отношение к труду и отдыху. Языческие и христианские праздники. Смеховая культура Древней Руси. Святочный и масленичный смех. Скоморошество как культурный феномен. Игрища. Хороводы. Кулачные бои. Медвежья потеха. Гендерная специфика досуговых занятий. Основные виды рукоделия. Зарождение и развитие аристократического досуга. Охота как вариант организации досуга. Настольные игры (зернь, шашки, шахматы и др.). Деятельность офеней и коробейников. Петровские реформы и их влияние на характер досуга русского народа. Европеизация русской культуры. Первый опыт организации развлечений (XVIII-XIX вв.). Специфика дворянского досуга, а также досуга среднеобеспеченных и бедных слоев населения России и Беларуси. Народные промыслы и ремесла. Ярмарки и балаганы. Развивающие формы досуга в XIX-XX вв. Зарождение современных массово-демократических форм проведения досуга. Досуг интеллигенции. Свободное время и досуг в советский и постсоветский периоды. Интеграция культурно-досуговой сферы в новые общественные отношения и рыночную экономику СНГ.

### **Тема 18. КДД как часть общественной и экономической практики современного мира**

Общественный и экономический потенциал досуга. Роль культурной политики и правового регулирования в развитии КДД. Организация досуга как часть экономического производства и сегмент социокультурного сервиса. Экономика культуры и ее социальное значение. Основные элементы экономики культуры. Сущность социокультурных и досуговых услуг. Понятие культурного продукта. Инфраструктура культуры и досуга. Имущественно-правовые формы организации культурного производства и культурно-досуговых услуг.

### **Тема 19. Игра как эффективная форма КДД**

Игра, ее сущность и основные функции. Игровая концепция культуры (Й.Хейзинга, Е.Финк, М.Бахтин, Д.Лихачев и др.). Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Разработка и проведение анимационных программ. Анимационная работа с детьми и подростками. Народные игры. Подвижные игры. Игры на ловкость. Настольные игры. Компьютерные игры. Поэтические игры. Игры-знакомства. «Клуб веселых и находчивых». Веселые игры, шутки, розыгрыши. Интеллектуальные игры. Развивающие и обучающие игры, занятия в игровых формах. Деловые и ролевые игры в деловом общении.

Игры для саморегуляции состояния. Организация зрелищно-игровых и конкурсных программ. Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

#### **Тема 20. Особенности организации и проведения массовых форм КДД**

Классификация массовых форм КДД в контексте современной социально-культурной политики. Драматургия и режиссура праздника. Место и роль народных праздников в истории культуры и современной мультикультурной ситуации. Специфика организации корпоративных праздников и вечеринок. Инновации в проведении народных праздников, представлений и театрализованных представлений, шоу-программ. Организация праздников в условиях финансового и социального кризиса. Специфика финансирования и организации культурно-художественных фестивалей и конкурсов в СНГ и РБ (Московский международный кинофестиваль, «Золотой витязь», «Золотая маска», «Листопад», «Славянский базар», «Белая Вежа» и др.). Развитие фестивального движения в различных регионах СНГ и РБ. Развитие актуальных направлений в туризме (агротуризм, ностальгический туризм, гастрономический туризм и др.).

#### **Тема 21. Организация самодеятельного и любительского художественного творчества**

Самодеятельное и любительское художественное творчество в структуре КДД. Особенности организации фольклорного и авторского любительского творчества, критерии их оценки. Актуальные направления и способы организации КДД в переходный период. Хобби. Коллекционирование редких предметов и художественных ценностей. Фестиваль мировой культуры. Фольклорные фестивали. Фестиваль самодеятельной авторской песни им. В.Грушина. Деятельность клубов авторской песни. Туристские слеты. Слеты байкеров и роллеров. Мотор-шоу. Авиа-шоу.

#### **Тема 22. Особенности организации семейного досуга**

Понятие семьи. Классификация семей. Семья – основная ячейка общества. Основные функции семьи. Половозрастные особенности психики личности. Игровая деятельность в семье. Развитие семейного творчества. Детское изобразительное искусство. Развитие музыкальных способностей ребенка в семье. Роль чтения в развитии личности ребенка. Детский кукольный театр. Зависимость культуры семейного досуга от культуры родителей. Посещение культурно-массовых мероприятий в семье. Организация семейных торжеств. Семейные театрализованные праздники. Специфика организации мероприятий для детской и подростковой аудитории.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная

Аванесова, Г. П. Культурно-досуговая деятельность: учеб. пособие / Г. П. Аванесова.-М., 2007.- 236 с.

Аксюттик, Н. И. Социально-культурная деятельность: учеб. пособие / Аксюттик Н. И. – Минск, 2003 – 101 с..

Воловик, А. Ф. Педагогика досуга: учебник / А. Ф. Воловик, В. А. Воловик. – М., 1998 – 137 с.

Жарков, А. Д. Технологии культурно-досуговой деятельности: учеб. пособие / А. Д. Жарков. – М., 2002. – 234 с.

Приезжева, Е. М. Анимационный менеджмент: учеб-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М., 2007. – 261 с.

Сондер, М. Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий: техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер. – М., 2006. – 237 с.

Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб., 2003. – 381 с.

Фомин, Ю. А. Психология делового общения / Ю. А.Фомин. – Минск, 2003. – 212 с.

Шмидт, Б. Бизнес в стиле шоу: маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмидт, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М., Спб., Киев, 2005. – 328 с.

### Дополнительная

Ариарский, М. А. Прикладная культурология / М. А. Ариарский. – СПб., 2005. – 288 с.

Бахтин, М. М. Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М., 1988. – 67 с.

Бедя, Л. В. Благотворительность и меценатство в России / Л. В. Бедя. – М., 2003. – 182 с.

Бэшэм, М. Чудо, которым была Индия / М. Бэшэм. – М., 1997. – 215 с.

Браим, И. Н. Этика делового общения: учеб. пособие / И. Н. Браим. – Минск, 1996. – 115 с.

Виолле де Дюк, Э. Жизнь и развлечения в Средние века / Э. Виолле де Дюк. – СПб., 1999. – 215 с.

Вылова, Л. В. Русские народные игры / Л. В. Вылова. – М., 1988. – 93 с.

Гагин, В. Н. Национальные праздники и обряды или праздничность как феномен русской культуры / В. Н. Гагин. – М., 2005. – 241 с.

Галин, С. А. Исторический опыт культурного строительства в первые годы Советской власти / С. А. Галин. – М., 1999. – 86 с.

Гойфман, О. Е. Основы речевой коммуникации: учебник / О. Е. Гойфман, Г. М. Надеина. – М., 1997. – 56 с.

Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.

Клюско, Е. М. Культурно-досуговая деятельность населения России (1945-1985) / Е. М. Клюско. – М., 1999. – 224 с.

Козьякова, М. И. Эстетика повседневности, материальная культура и быт Западной Европы XV-XIX вв. / М. И. Козьякова. – СПб., 2001. – 347 с.

Культурно-досуговая деятельность: учебник / под ред. А. Д. Жаркова, В. М. Чижикова. – М., 1998. – 234 с.

Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. – М., 1997.

Мец, А. Мусульманский Ренессанс / А. Мец. – М., 1983. – 223 с.

Некрылова, А. Ф. Русские народные городские праздники, увеселения и зрелища конца XVIII – начала XX вв. / А. Ф. Некрылова – Л., 1988. – 193 с.

Развлекательная культура России XVIII – XIX вв. : очерки истории и теории. – СПб., 2000. – 71 с.

Рощупкин, С. Н. Основы организации рекламной деятельности : учеб. пособие / С. Н. Рощупкин. – М., 1995. – 396 с.

Смолік, А. І. Прыкладная культуралогія / А. І. Смолік, Я. Д. Грыгаровіч. – Мінск, 2007. – 215 с.



Соколов, Б. М. Художественный язык русского лубка / Б. М. Соколов. – М., 1999. – 204 с.

Терехова, О. В. Индустрия досуга в США / О. В. Терехова. – М., 1983. – 123 с.

Хёйзинга, Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня / Й. Хёйзинга. – М., 1988. – 127 с.

Хренов, Н. А. «Человек играющий» в русской культуре / Н. А. Хренов. – СПб., 2005. – 286 с.

Чечетин, А. И. История театрализованных представлений / А. И. Чечетин. – М., 1996. – 148 с.

Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент: учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М., 2001. – 324 с.

Ярошенко, Н. Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология и теория / Н. Н. Ярошенко. – М., 2000. – 360 с.

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ. ТЕМЫ ДЛЯ РЕФЕРАТОВ И ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ (самостоятельная работа студентов)**

Понятие культуры в истории европейской гуманитарной мысли.

Культура и личность.

Культура и общество.

Понятие социокультурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как объект изучения.

Историография понятия социокультурной деятельности: общая характеристика.

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры (до XVIIв.)

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в Новое и Новейшее время (XVII-XXIвв.).

Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XXст. в сети клубных учреждений культуры.

Основные направления современной социокультурной деятельности и ее особенности в Беларуси.

Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе.

Краткая историография понятия СКД на современном этапе.

Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД.

Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как общественная проблема: общая характеристика.

Субъекты СКД.

СКД как педагогическая система.

Государственные и негосударственные структуры СКД.

Общественные формирования в структуре СКД.

Учреждения и организации СКД в Республике Беларусь: история и современность.

Феномен организации.

Устройство управления организацией.

Инновации в организациях.

Отношения между организациями.

Анатомия организационного конфликта.

Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности.

Организации в сфере культуры.

Характеристика музыкальных объединений молодежи в структуре свободного времени.

Особенности педагогических и творческих процессов в коллективе художественной самодеятельности.

Предпринимательство в сфере досуга.

Особенности подготовки и проведения посольских мероприятий

Организационные методы проведения основных форм культурно-просветительной деятельности.

Рекламная компания выборной деятельности

Современные тенденции развития массовых форм организации СКД.

Организационно-методические условия развития музыкального творчества в сфере СКД.

Характеристика жанрово-видового состава художественной самодеятельности.

Региональные праздники в структуре современной СКД.

Особенности подготовки и проведения спортивно-зрелищных мероприятий.

Современные тенденции развития художественной самодеятельности.

Особенности развития форм музыкального досуга молодежи в условиях города и села.

Музыкальный досуг как объект специальных социологических исследований.

Культурно-просветительная деятельность в сфере СКД.

Особенности разработки плана мероприятий международного симпозиума (по направлениям СКД).

Особенности подготовки и проведения телемарафона (или радио марафона).

Организация художественной авторской самодеятельности.

Современное экологическое движение в структуре СКД

Характеристика и классификация массовых форм СКД.

Основные критерии подбора ценностей, связанных с народными праздниками и обрядами.

Особенности современной презентативной деятельности в Беларуси.

Специфика деятельности учреждений культуры по экологическому воспитанию населения

Психолого-педагогические подходы к организации массовых форм СКД для различных групп населения.

Сущность и организация игровых, развлекательных и конкурсных программ.

Организационно-методические условия организации массовых форм СКД в условиях рыночной экономики.

Особенности организации и проведения фестивалей и праздников народного творчества.

Особенности организации празднично-обрядовой деятельности в сельской местности.

Организация презентации книги и полиграфической деятельности.

Особенности организации сбора средств для детей-инвалидов.

Парковые мероприятия, народные гуляния. Их организация и проведение.

Семейно-бытовая обрядность в контексте проблем сохранения духовного наследия.

Особенности организации и проведения тематических вечеров и театрализованных представлений.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Особенности подготовки и проведения мероприятий выходного дня.

Особенности подготовки и проведения праздника по профессии.

Прикладная культурология в структуре культурологического знания.

Основные жизненные интересы и потребности человека.

Понятие социально-культурной деятельности.

Место и роль культурно-просветительской деятельности в системе социокультурной деятельности.

Объекты культурной инфраструктуры и субъекты культурной деятельности.

Становление и развитие социокультурной деятельности: основные этапы.

Современное состояние и перспективы развития системы социокультурной деятельности в РБ.

Основные направления государственной поддержки культуры и искусства в РБ.

Закон РБ «О культуре»: основные понятия. Цели и приоритеты государственной политики в сфере культуры и искусства.

Семья как первичный социально-культурный институт. Функции семьи.

Развитие семейного художественного творчества.

Специфика государственных, региональных и муниципальных структур культуры и искусства.

Государственные и коммерческие учреждения и организации социокультурной сферы: общее и особенное.

Особенности менеджмента социокультурной сферы. Управленческие и организационные аспекты менеджмента СКС.

Деятельность учреждений и организаций культуры в современных рыночных условиях. Фандрейзинг.

Меценатство и спонсорство: история и современность.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Организация как общественное и культурное явление. Современные общественные организации и общественно-добровольные формирования.

Деловое общение: общая характеристика. Невербальные и вербальные средства делового общения.

Манипулятивные приемы влияния на психику человека при деловом общении. Способы борьбы с манипуляциями.

История делового этикета. Основные нормы делового этикета.

Организация и технология устного публичного выступления.

Понятия «полемическое мастерство», «спор», «полемика», «дебаты» и «прения».

Технология проведения спора. Доказательства и аргументы в споре. Основные логические ошибки.

Основные требования к культуре спора. Поведение участников в споре.

Технология проведения деловой беседы.

Технология подготовки и проведения деловых переговоров.

Тактика и основные стратегии переговорного процесса. Позиционный торг и конструктивные переговоры.

Технология проведения деловых совещаний.

Технология проведения презентаций.

Технология проведения пресс-конференций.

Понятия свободного времени, досуга и рекреации.

История культурно-досуговой деятельности: первобытное общество и Древний мир.

История культурно-досуговой деятельности: XVII-XIX вв. Зарождение и развитие индустрии досуга.

История культурно-досуговой деятельности: XX-XXI вв. Формирование глобальной цивилизации досуга.

Современное состояние и перспективы развития учреждений и организаций сферы досуга.

Средства массовой информации в социокультурной деятельности. Основные функции СМИ.

Сущность и специфика самодеятельного любительского художественного творчества.

Понятия рекламы и PR. Виды рекламы.

Психология и законы рекламы.

Социальные функции рекламы. Специфика рекламы в социально-культурной сфере.

Особенности рекламы культурных проектов.

Рекламная кампания выборной деятельности. Влияние особенностей национальной культуры на рекламную кампанию выборной деятельности.

Межличностный и межгрупповой конфликт.

Конфликтная личность.

Конфликт в организации. Конфликтная ситуация. Конфликтное действие.

Производственный и трудовой конфликт. Инновационный конфликт.

Технология работы с персоналом учреждения (организации) культуры.

Управление конфликтом. Предупреждение конфликтов. Универсальный способ предупреждения конфликтов

Социально-культурная сущность досуга.

Досуг как сфера развития личности.

Понятие культурно-досуговой деятельности.

Субъекты и объекты культурно-досуговой деятельности.

Функции культурно-досуговой деятельности.

Методы культурно-досуговой деятельности.

Средства культурно-досуговой деятельности.

Формы культурно-досуговой деятельности.

Классификация видов досуговой деятельности.

Виды обеспечения культурно-досуговой сферы.

Инфраструктура культурно-досуговой сферы.

Основные этапы исторического развития культурно-досуговой деятельности: общая характеристика. Первобытная культура, Древний мир.

Специфика досуговых занятий в Средневековье: арабо-мусульманский Восток и страны Европы.

Радикальные изменения в культурно-досуговой сфере (XV-XXвв.). Массовизация культуры. Становление индустрии досуга.

Культурно-досуговая индустрия: понятие и сущность.

Культурно-досуговая деятельность в постиндустриальном (информационном) обществе. Основные тенденции развития современной досуговой сферы.

Актуальные проблемы и перспективы глобальной «цивилизации досуга».

Современные концепции досуга и культурно-досуговой деятельности.

История развития досуговой активности в России и Беларуси. Актуальные проблемы развития культурно-досуговой деятельности в Беларуси.

Нормативно-правовая база организации культурно-досуговой деятельности в РБ.

Приоритеты национальной культурной политики РБ в области культурно-досуговой деятельности.

Формы государственной поддержки культурно-досуговой сферы.

Культурно-досуговые учреждения, виды и направления их деятельности.

Особенности дифференцированного подхода к организации КДД населения.

Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.

Фестивали: сущность, значение, функции. Современные фестивали самодеятельного любительского творчества

Самодеятельное любительское творчество как социально-культурный феномен.



Жанрово-видовой состав самодеятельного любительского творчества.

Виды самодеятельных любительских формирований.

Особенности организации досуга детей.

Организация и методика КДД подростков.

Культурно-досуговая деятельность молодежи: традиции и инновации.

Молодежные субкультуры и контркультуры XX-XXI вв.

Особенности организации досуга пожилых людей.

Развитие семейного художественного творчества.

Феномен игры. Игра, ее сущность и основные функции.

Игровая концепция культуры (Й. Хёйзинга и др.).

Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Классификация игр.

Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

Разработка и проведение анимационных программ.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (1 семестр)**

### **Раздел 1. История и теория социально-культурной деятельности**

Понятие культуры в истории европейской гуманитарной мысли.

Культура и личность.

Культура и общество.

Понятие социокультурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как объект изучения.

Историография понятия социокультурной деятельности: общая характеристика.

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры (до XVIIв.)

Влияние социально-культурной специфики на развитие сети учреждений культуры в Новое и Новейшее время (XVII-XXIвв.).

Особенности внешкольного образования в конце XIX – начале XXст. в сети клубных учреждений культуры.

Основные направления современной социокультурной деятельности и ее особенности в Беларуси.

Сущность и специфика социально-культурной деятельности на современном этапе.

Краткая историография понятия СКД на современном этапе.

Деятельность ведущих ученых СНГ в области теории СКД и их трактовка СКД.

Деятельность ведущих учебных заведений культуры и искусства, а также отдельных ученых Беларуси по проблемам СКД.

Методология как система принципов и способов организации и построения теоретической и практической деятельности.

СКД как предмет методологии и структуры ее теории.

Методические и теоретические основы социально-культурной деятельности.

Социально-культурная деятельность как общественная проблема: общая характеристика.

Субъекты СКД.

СКД как педагогическая система.

Государственные и негосударственные структуры СКД.

Общественные формирования в структуре СКД.

Учреждения и организации СКД в Республике Беларусь: история и современность.

Феномен организации.

Устройство управления организацией.

Инновации в организациях.

Отношения между организациями.

Анатомия организационного конфликта.

Организация как общественное явление, ее особенности в сфере социально-культурной деятельности.

Организации в сфере культуры.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ (2 семестр)**

### **Раздел 2. Организация социально-культурной деятельности**

Предпринимательство в сфере досуга.

Особенности подготовки и проведения посольских мероприятий.

Современные тенденции развития художественной самодеятельности.

Характеристика жанрово-видового состава художественной самодеятельности.

Организация художественной авторской самодеятельности.

Особенности педагогических и творческих процессов в коллективе художественной самодеятельности.

Рекламная компания выборной деятельности.

Современные тенденции развития массовых форм организации СКД.

Музыкальный досуг как объект специальных социологических исследований.

Организационно-методические условия развития музыкального творчества в сфере СКД.

Психолого-педагогические подходы к организации массовых форм СКД для различных групп населения.

Организационно-методические условия организации массовых форм СКД в условиях рыночной экономики.

Особенности развития форм музыкального досуга молодежи в условиях города и села.

Характеристика музыкальных объединений молодежи в структуре свободного времени.

Особенности подготовки и проведения спортивно-зрелищных мероприятий.

Особенности организации и проведения фестивалей и праздников народного творчества.

Особенности организации празднично-обрядовой деятельности в сельской местности.

Основные критерии подбора ценностей, связанных с народными праздниками и обрядами.

Парковые мероприятия, народные гуляния. Их организация и проведение.

Особенности организации и проведения тематических вечеров и театрализованных представлений.

Характеристика и классификация массовых форм СКД.

Особенности подготовки и проведения мероприятий выходного дня.

Особенности подготовки и проведения праздника по профессии.

Семейно-бытовая обрядность в контексте проблем сохранения духовного наследия.

Организационные методы проведения основных форм культурно-просветительной деятельности.

Сущность и организация игровых, развлекательных и конкурсных программ.

Региональные праздники в структуре современной СКД.

Культурно-просветительная деятельность в сфере СКД.

Особенности разработки плана мероприятий международного симпозиума (по направлениям СКД).

Особенности подготовки и проведения телемарафона (или радио марафона).

Современное экологическое движение в структуре СКД.

Особенности современной презентативной деятельности в Беларуси.

Специфика деятельности учреждений культуры по экологическому воспитанию населения.

Организация презентации книги и полиграфической деятельности.

Особенности организации сбора средств для детей-инвалидов.

Организация и планирование фондовой деятельности.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (3 семестр)**

### **Раздел 3. Технологии социально-культурной деятельности**

Прикладная культурология в структуре культурологического знания.

Основные жизненные интересы и потребности человека.

Понятие социально-культурной деятельности.

Место и роль культурно-просветительской деятельности в системе социокультурной деятельности.

Объекты культурной инфраструктуры и субъекты культурной деятельности.

Становление и развитие социокультурной деятельности: основные этапы.

Современное состояние и перспективы развития системы социокультурной деятельности в Республике Беларусь.

Основные направления государственной поддержки культуры и искусства в Республике Беларусь.

Закон Республики Беларусь «О культуре»: основные понятия. Цели и приоритеты государственной политики в сфере культуры и искусства.

Семья как первичный социально-культурный институт. Функции семьи.

Развитие семейного художественного творчества.

Специфика государственных, региональных и муниципальных структур культуры и искусства.

Государственные и коммерческие учреждения и организации социокультурной сферы: общее и особенное.

Особенности менеджмента социокультурной сферы. Управленческие и организационные аспекты менеджмента СКД.

Деятельность учреждений и организаций культуры в современных рыночных условиях. Фандрейзинг.

Меценатство и спонсорство: история и современность.

Организация и планирование фондовой деятельности.

Организация как общественное и культурное явление. Современные общественные организации и общественно-добровольные формирования.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (5 семестр)**

### **Раздел 3. Технологии социально-культурной деятельности**

Деловое общение: общая характеристика. Невербальные и вербальные средства делового общения.

Манипулятивные приемы влияния на психику человека при деловом общении. Способы борьбы с манипуляциями.

История делового этикета. Основные нормы делового этикета.

Организация и технология устного публичного выступления.

Понятия «полемическое мастерство», «спор», «полемика», «дебаты» и «прения».

Технология проведения спора. Доказательства и аргументы в споре. Основные логические ошибки.

Основные требования к культуре спора. Поведение участников в споре.

Технология проведения деловой беседы.

Технология подготовки и проведения деловых переговоров.

Тактика и основные стратегии переговорного процесса. Позиционный торг и конструктивные переговоры.

Технология проведения деловых совещаний.

Технология проведения презентаций.

Технология проведения пресс-конференций.

Средства массовой информации в социокультурной деятельности. Основные функции средств массовой информации.

Досуг как сфера социально-культурной деятельности.

Сущность и специфика самодеятельного любительского художественного творчества.

Понятия рекламы и PR. Виды рекламы.

Психология и законы рекламы.

Социальные функции рекламы. Специфика рекламы в социально-культурной сфере.

Особенности рекламы культурных проектов.

Рекламная кампания выборной деятельности. Влияние особенностей национальной культуры на рекламную кампанию выборной деятельности.

Межличностный и межгрупповой конфликт.

Конфликтная личность.

Конфликт в организации. Конфликтная ситуация. Конфликтное действие.

Производственный и трудовой конфликт. Инновационный конфликт.

Технология работы с персоналом учреждения (организации) культуры.

Управление конфликтом. Предупреждение конфликтов. Универсальный способ предупреждения конфликтов.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (7 семестр)**

### **Раздел 4. Организация и методика культурно-досуговой деятельности**

Социально-культурная сущность досуга.

Досуг как сфера развития личности.

Понятие культурно-досуговой деятельности.

Субъекты и объекты культурно-досуговой деятельности.

Функции культурно-досуговой деятельности.

Методы культурно-досуговой деятельности.

Средства культурно-досуговой деятельности.

Формы культурно-досуговой деятельности.

Классификация видов досуговой деятельности.

Виды обеспечения культурно-досуговой сферы.

Инфраструктура культурно-досуговой сферы.

Основные этапы исторического развития культурно-досуговой деятельности: общая характеристика. Первобытная культура, Древний мир.

Специфика досуговых занятий в Средневековье: арабо-мусульманский Восток и страны Европы.

Радикальные изменения в культурно-досуговой сфере (XV-XX вв.). Масовизация культуры. Становление индустрии досуга.

Культурно-досуговая индустрия: понятие и сущность.

Культурно-досуговая деятельность в постиндустриальном (информационном) обществе. Основные тенденции развития современной досуговой сферы.

Актуальные проблемы и перспективы глобальной «цивилизации досуга».

Современные концепции досуга и культурно-досуговой деятельности.

История развития досуговой активности в России и Беларуси. Актуальные проблемы развития культурно-досуговой деятельности в Беларуси.

Нормативно-правовая база организации культурно-досуговой деятельности в Республике Беларусь. Закон «О культуре».

Приоритеты национальной культурной политики Республики Беларусь в области культурно-досуговой деятельности.

Формы государственной поддержки культурно-досуговой сферы.

Культурно-досуговые учреждения, виды и направления их деятельности.

Особенности дифференцированного подхода к организации КДД населения.

Технологии арт-менеджмента в культурно-досуговой индустрии.

Фестивали: сущность, значение, функции. Современные фестивали самодеятельного любительского творчества.

Самодеятельное любительское творчество как социально-культурный феномен.

Жанрово-видовой состав самодеятельного любительского творчества.

Виды самодеятельных любительских формирований.

Особенности организации досуга детей.

Организация и методика КДД подростков.

Культурно-досуговая деятельность молодежи: традиции и инновации.

Молодежные субкультуры и контркультуры XX-XXI вв.

Особенности организации досуга пожилых людей.

Развитие семейного художественного творчества.

Феномен игры. Игра, ее сущность и основные функции.

Игровая концепция культуры (Й.Хейзинга и др.).

Игра как эффективная форма анимационной деятельности. Классификация игр.



Подготовка менеджера-аниматора к игровой деятельности.

Разработка и проведение анимационных программ.

## **ПЕРЕЧЕНЬ ПРИМЕРНЫХ ТЕМ КУРСОВЫХ РАБОТ**

Мифотворчество в условиях информатизации и глобализации культуры: на примере рекламы товаров и услуг.

Языковая реальность постнеклассической эпохи: на примере Интернет-ресурсов СНГ: теоретический и прикладной аспекты.

«Молодежная культура» и «культура для молодежи» в контексте системной трансформации общества (кон. XX – нач. XXI вв.): теоретический и прикладной аспекты.

Идеи Модерна и Постмодерна и их воплощение в художественной культуре XX-XXI вв.: попытка сравнительного анализа.

Китч как феномен мировой художественной культуры (втор. пол. XX – нач. XXI вв.): исторический и прикладной аспекты проблемы.

Развитие кросс-культуры как теоретической модели и социокультурной стратегии действия в рамках постнеклассического типа культуры: на примере художественной культуры СНГ.

Мультикультурализм как теория и практика социального действия в контексте глобализационных процессов постсовременности.

Динамика развития региональных СМИ в контексте «глобализации» культуры (кон. XX – нач. XXI вв.)

Общественные средства массовой информации как социокультурный феномен постсоциалистического культурного пространства: возникновение и основные тенденции развития.

Актуальные направления и проблемы развития досуговой деятельности: на примере организаций культуры Республики Беларусь и Российской Федерации.

Формирование и развитие альтернативной культурно-досуговой деятельности в контексте культуры постсовременности (кон. XX-нач. XXI вв.).

Организация современной рекреации и туризм: основные тенденции и проблемы развития: на примере турбизнеса в Республики Беларусь и Российской Федерации.

Роль города и урбанистической культуры в развитии мировой цивилизации: диахронный и синхронный аспекты. Актуальные исследования в области культурологии города.

Половозрастные стереотипы и их роль в социодинамике культуры. Актуальные тенденции развития гендерной культурологии.

Музейное дело на современном этапе: от архаики к новым технологиям.

Готическая субкультура в XXI веке.

Меценаты, спонсоры и рыночные отношения в сфере художественной культуры.

Музыка как явление культуры и психический феномен.

Искусство традиционное, элитарное, массовое, авангардное.

Культура как реализация творческих возможностей человека.

Взаимодействие искусства и техники. Влияние новых технологий на развитие искусства.

Бренд в сфере культуры: на примере развлекательного клуба «Бронкс».

Особенности организации рекламной деятельности в издательствах Беларуси.

Насилие в социуме и его профилактика средствами искусства.

Особенности организации и проведения культурно-массовых мероприятий: на примере...

Трансформация культурной идентичности человека в контексте идей устойчивого развития XXI века.

Традиции фольклорно-хореографической культуры: проблемы бытования современном этапе.

Женские образы в западноевропейской художественной культуре: на примере живописи 14-20 веков.

Музей как креативное пространство культуры.

Роль глобальной информационной сети Интернет в развитии современной художественной культуры.

Реклама в современных средствах массовой информации и коммуникации: история, современное состояние и перспективы развития.

Меценатство и спонсорство как социокультурный феномен.

Исторический костюм как феномен театрального искусства: культурологический аспект.

Мюзикл в контексте культуры постмодерна: специфика многобюджетных арт-проектов.

Организация и особенности проведения культурного проекта на рекламном уровне: на примере...

Роль социальной рекламы в формировании современной социокультурной ситуации.

Особенности продюсирования и постановки «ток-шоу» программ на ТВ.

Фестивали моды, конкурсы красоты и формирование стиля эпохи: культурологический аспект.

Выставки современного искусства как феномен социокультурного процесса: особенности организации и функционирования.

Особенности организации регионального телевидения: на примере ...

Место и роль современных ВТЛ в рекламной компании: теория и практика организации.

Специфические особенности современного рекламотворчества: на примере рекламы культурных проектов.

Реклама на ТВ: современное состояние и перспективы развития.

## **ГЛОССАРИЙ**

Принятые в учебной программе сокращения:

КДД – культурно-досуговая деятельность,

СКД – социально-культурная деятельность.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ

ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании рабочей программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей рабочую программу (с указанием даты и номера протокола) <sup>1</sup>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ  
на 2016/2017 учебный год

№№ пп	Дополнения и изменения	Основание

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры культурологии (протокол № \_\_12\_\_ от \_\_27.06. 2016г. г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ (степень, звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_ (степень, звание)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (И.О.Фамилия)

## СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	8
1.1. Курс лекций.....	8
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ .....	288
2.1. Тематика семинарских занятий.....	288
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	309
3.1. Темы для рефератов и творческих работ (самостоятельная работа студентов).....	309
3.2. Примерный перечень вопросов к зачету (экзамену).....	317
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	328
4.1. Учебная программа.....	328
4.2. Список литературы.....	343

Учебное электронное издание

Авторы-составители  
**Смагин Александр Иванович**  
**Рыбарева Елена Валерьевна**

# ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ

*Электронный учебно-методический комплекс  
для студентов специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),  
направление специальности 1-21 04 01-02 Культурология (прикладная)*

[Электронный ресурс]

Редактор *И. Б. Михнюк*  
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 30.07.2018.  
Гарнитура Times Roman. Объем 2,0 Мб

Частное учреждение образования  
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»  
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013  
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-230-9



9 789855 472309