

дзеянняў;

– уменне карыстацца атрыманымі ведамі, знаходзіць сродкі іх удакладнення і ўзбагачэння ў сваёй практычнай дзейнасці, жаданне адшукаць новыя шляхі развіцця ўласных пазнавальных і маральных рэзерваў.

За кошт сваёй маральнай і гуманістычнай накіраванасці гульня гарманізуе адносіны асобы з іншымі людзьмі ў грамадстве і навакольным светам, палягчае арыентацыю ў жыцці і выбар аптымальнай стратэгіі паводзін, а значыць, садзейнічае паўнацэннаму фарміраванню культуры асобы.

1. *Аберган В.* Аб феномене гульні на сучасным этапе // Чалавек. Культура. Экалогія. – Мн.: Навука і тэхніка, 1998. – С. 106–107.

2. *Выготский Л.С.* Психология искусства // *Выготский Л.С.* Избранные труды. – М.: Просвещение, 2000. – С. 12–17.

3. *Церахаў Я.Г.* Сістэмная гульня пры фарміраванні культуры асобы // Чалавек. Культура. Педагогіка. – Мн.: Польша, 1999. – С. 89–91.

4. *Чернова М.Б.* Творческое развитие личности в игровом тренинге // Содержание педагогического образования: Материалы науч.-практ. конф. – Могилёв: Могилев. гос. пед. ун-т, 1998. – С. 112–113.

5. *Эльконин Д.Б.* Психология игры. – М.: Владос, 1999. – С. 358.

*І.М.Вішнеўская*

## **ФЕСТИВАЛЬНЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК НЕАД’ЕМНАЯ ЧАСТКА СУЧАСНАГА КУЛЬТУРНАГА ЖЫЦЦЯ ГРАМАДСТВА**

На спецыфіку фестывальнага менеджменту ўплываюць асаблівасці духоўнай вытворчасці. Прадукты такой дзейнасці звязаны з феноменамі свядомасці (успрымання, разуменне, мысленне, перажыванне) і не паддаюцца складзіраванню. Іх вытворчасць часта супадае з іх спажываннем. Фестывальныя мерапрыемствы звычайна ажыццяўляюцца за кошт сродкаў

розных асоб, органаў улады, якія кантралююць бюджэтныя сродкі, спонсараў, дабрачынных арганізацый і інш.

Сучасны бізнес і сацыяльна-культурная сфера знаходзяцца ў цесным супрацоўніцтве. Прыцягненне пазабюджэтных крыніц фінансавання, актыўнае супрацоўніцтва з фінансавым, прамысловым і гандлёвым капіталам, грамадскімі плынямі і арганізацыямі неабходныя ўмовы захавання культурна-гістарычнай спадчыны, узнаўлення творчага патэнцыялу, развіцця культурнага жыцця.

Але і бізнес не менш зацікаўлены ў сумеснай працы. Фарміраванне і пашырэнне іміджу і рэпутацыі фірмы, спонсарства, патранаж і дабрачыннасць, работа з персаналам, супрацоўніцтва, нават рэкламныя кампаніі і акцыі па стымуляванні продажу – усё гэта можна рабіць у рамках разнастайных фестываляў [1, 2, 5]. Правядзенне некаторых фестываляў непасрэдна звязана з пашырэннем на рынку тавараў і паслуг разнастайнымі кампаніямі (VELKOM, NIKE).

У сучасным фестывальным менеджменце назіраецца пераход ад адміністрацыйна-размеркавальнай тэхналогіі кіравання фестывалю да ўсё больш шырокага выкарыстання эканамічных метадаў, ад датацыйнага бюджэтнага фінансавання да канкурэнцыі за бюджэтныя сродкі, прыцягнення пазабюджэтных сродкаў. Калі раней спецыяліст сацыяльна-культурнай сферы бачыў сябе пераважна работнікам ідэалагічнага фронту, педагогам-выхавацелем, то зараз ён павінен быць практычна арыентаваным у тэхналогіі маркетынгу, камерцыйнай і некамерцыйнай дзейнасці, юрыдычна і эканамічна адукаваным, кампетэнтным у пытаннях менеджменту.

Можна вылучыць некалькі ўзроўняў уплыву фестывальнага менеджменту на развіццё сучаснага грамадства: прамы ўплыў на эканоміку, прамы сацыяльны ўплыў, ускосны эканамічны ўплыў, ускосны сацыяльны ўплыў.

Функцыянаванне фестываляў дапамагае стварэнню канкрэтных рабочых месцаў. Фестываль можа быць крыніцай развіцця турызму, індустрыі забаў. Гэта прамы ўплыў на эканоміку.

Прамы сацыяльны ўплыў выяўляецца ў тым, што фестывалі забяспечваюць сацыяльна значныя віды дзейнасці, арганізацыю адпачынку, пазітыўна ўплываюць на свядомасць людзей, адносіны паміж імі, садзейнічаюць духоўнаму развіццю асобы і грамадства наогул, раскрыццю творчага патэнцыялу чалавека.

Значэнне ўскоснага эканамічнага ўплыву фестывалю ў тым, што яны сацыяльна выгадныя, бо акумуліруюць і трансліруюць базавыя каштоўнасці грамадства, якія выкарыстоўваюцца ў камерцыйнай і некамерцыйнай дзейнасці. Такія сучасныя тэхналогіі бізнесу і менеджменту, як рэклама, public relations, работа з персаналам, фарміраванне карпаратыўнай культуры і фірменнага стылю, немагчымыя без выкарыстання традыцыйных формаў сацыяльна-культурнай дзейнасці, без супрацоўніцтва з установамі і арганізацыямі сферы культуры. Узаемавыгаднае, узаема-стимулюючае супрацоўніцтва дзелавога свету з камерцыйнымі і некамерцыйнымі структурамі па арганізацыі фестывалю з'яўляецца вельмі важным механізмам і інструментам фарміравання грамадства, здольнага да самаразвіцця.

Фестывалі аказваюць і ўскосны сацыяльны ўплыў на грамадства. Яны ўзбагачаюць сацыяльнае асяроддзе разнастайнымі цікавымі мерапрыемствамі; стимулююць творчасць, павышаюць здольнасць грамадства да ўспрымання і пошуку новага, пераадоўвання ўстарэлых стэрэатыпаў свядомасці і паводзін; робяць больш разнастайным жыццё, павышаюць ступень сацыялізацыі асобы; спрыяюць прафілактыцы дэвіянтных і асацыяльных паводзін.

Вялікая роля фестывальнага менеджменту ў адукацыі і выхаванні падлеткаў, уплыве на інтэлектуальнае і эмацыянальнае развіццё дзяцей.

Узрастае роля фестывальнага менеджменту ў сацыяльнай камунікацыі, у тым ліку з выкарыстаннем сучасных тэхналогій [3, 4, 6].

Сёння з упэўненасцю можна сказаць, што менеджментам прасякнуты ўсе сферы сучаснага жыцця. Арганізацыю фестывалю цяжка ўявіць без выкарыстання тэхналогій менедж-

менту і маркетингу, на яких будуюцца не тільки сам фестываль, але і яго далейшая жыццяздольнасць.

1. *Абанкіна І.В., Абанкіна Т.В.* Десять замечаний о так называемом культурном маркетинге // Организационные преобразования в сфере культуры: проблемы и перспективы. – М., 1990.

2. *Глотов М.Б.* Менеджмент в художественной культуре (социологический аспект: Россия) // Социологические исследования. – 2000. – № 9.

3. *Мельник В.В.* Менеджмент как социокультурный процесс // Личность. Культура. Общество: Науч.-практ. журнал. – 2001. – Т. 3. – Вып. 4.

4. *Михеева Н.А., Галенская Л.Н.* Менеджмент в социально-культурной сфере. – СПб., 2000.

5. *Новаторов И.В.* Маркетинг культурных услуг. – Омск, 1992.

6. *Тульчинский Г.Л.* Менеджмент в сфере культуры. – СПб., 2001.

*В.Д.Гаврина*

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ БОЛЬНОГО РЕБЕНКА**

Болезнь – одна из неприятных ситуаций, в которую, к сожалению, может попасть в течение жизни каждый человек. Иногда болезнь производит на человека сильное эмоциональное впечатление, наносит большую физическую и психическую травму. Она может определить особенности поведенческих и эмоциональных реакций в течение дальнейшей жизни и даже стать отправной точкой в формировании отклонений в личностных качествах, особенно у ребенка. Спектр личностных изменений у заболевших чрезвычайно широк. Это прежде всего негативные эмоциональные реакции, связанные с изменением физического состояния больного ребенка: страх, тревога, страдание, гнев, чувство вины,