

Реализация перечисленных программ предполагает наличие в театре определенной материально-технической базы (видеоаппаратуры, музыкальной аппаратуры, фонотеки, кинотеки и т. д.).

Следует внести некоторые предложения по улучшению качества организации и проведения игровых программ в театре игры:

- разрабатывать большее количество программ, рассчитанных на старших школьников, молодых людей;

- обратить внимание на культуру речи ведущих, текст ведущего должен быть лаконичным, но информационно емким, и содержать объявление названия каждого конкурса игры, обоснование конкурсной задачи и условия ее выполнения, небольшой комментарий после окончания конкурса;

- важно осознавать, что зрелищность в игровых программах достигается не только сценическими эффектами (светом, музыкой, художественно-декоративными элементами, хотя они, бесспорно, важны), но в первую очередь интересным решением конкурсного действия (состязания), которое от начала до конца происходит на глазах у зрителя, и позволяет ему с неослабевающим вниманием следить за ходом «борьбы»;

- умение культорганизаторов прогнозировать педагогический результат игровой программы и т. д.

Надеемся, что данные рекомендации помогут специалистам в подготовке новых игровых проектов в театре игры.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КЛАСТЕР КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДОСУГА ГОРОДСКОЙ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ: ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Мельникова К. А.

*магистрант кафедры педагогики социокультурной деятельности
Белорусского государственного университета культуры и искусств (г. Минск)*

Аннотация. В статье анализируются тенденции развития кластерной политики в сфере социально-культурной деятельности Республики Беларусь. Основное внимание автор акцентирует на различиях в деятельности частных и государственных учреждений культуры, излагает свои взгляды на взаимодействие, как на основной рычаг развития индустрии досуга.

Summary. The article analyzes trends in the development of cluster policy in the sphere of socio-cultural activities of the Republic of Belarus. The author focuses on the differences in the activities of private and public cultural institutions, outlines his views on interaction as the main lever for the development of the leisure industry.

В современном мире все активнее развивается новая концепция социального развития, выдвигающая культурные ресурсы и творчество на первый план, где создаются и успешно функционируют творческие кластеры. Тема формирования нового городского пространства под воздействием современных социально-культурных индустрий для нашей страны необычайно актуальна.

Сегодня остро стоит проблема актуальности насыщения социально-культурной деятельности, наряду с развлечением, содержательным компонентом, который будет

интересен молодежной аудитории, и расширения спектра конкурентноспособных социально-культурных услуг.

Практика показывает, что культурный слой, который предоставляют частные учреждения культуры, предлагает широкие возможности выбора удовлетворения социально-культурных потребностей человека, но они не всегда носят позитивный характер, а государственные культурно-досуговые учреждения не всегда строят свою работу исходя из интересов молодых людей. Но надо не только знать культурные запросы молодежи, предвидеть их преобразования, но быстро и умело реагировать на их изменения.

Поэтому перед учреждениями культуры стоит задача создания новых инновационных форм организации и проведения свободного времени молодежи, большинство которых в настоящее время сосредоточено в стенах коммерческих многофункциональных культурно-досуговых центров.

Принципиально, чтобы государственные культурно-досуговые учреждения обратили внимание на взаимодействие с другими социальными и культурно-досуговыми учреждениями, так как совместная деятельность позволит укрепить их положение на рынке культурных услуг. В выборе места для проведения досуга городской учащейся молодежи приоритетным станет то культурно-досуговое учреждение, которое будет идти по пути инновационного развития.

Наиболее полно данной заявке соответствует явление культуры XXI века – социально-культурные кластеры, которые, создавая ареал межотраслевого сотрудничества, формируют условия для профессионального развития творческих работников, повышают уровень интерактивности культурных продуктов, создаваемых в рамках данных объединений, а также способствуют более полному удовлетворению запросов потребителей.

Кластерная политика должна стать одним из главных направлений государственной политики по повышению национальной и региональной конкурентоспособности, о чем говорил и Президент Республики Беларусь на ежегодном Послании к белорусскому народу и национальному собранию в апреле 2016 года.

Кластерная политика сегодня – наиболее действенный инструмент по повышению конкурентоспособности через налаживание организационных, производственных, экономических и других связей организаций, входящих в состав кластера. В мировой практике рассматриваются разные подходы к определению кластера и его классификации, однако, чаще всего, в литературе освещается проблема производственных кластеров, в то время как социально-культурные кластеры давно уже пора теоретически изучать и внедрять в практику социально-культурной деятельности.

В научно-исследовательском поле социально-культурной деятельности понятие «кластер» тесно связано именно с индустрией досуга, которая, как правило, формируется кластерно, где ее части и участники дополняют друг друга.

Социально-культурный кластер – группа взаимосвязанных организаций сферы культуры, которые совместно с органами государственного управления, предпринимательскими структурами, научными центрами и другими, объединившись в систему экономических отношений и взаимодействуя друг с другом, создают комплексный культурный продукт в пределах какого-либо региона и извлекают из этого определенные выгоды [4].

Рассматривая цели и задачи создания социально-культурных кластеров, следует отметить, что они призваны:

- ❖ Создавать условия для профессионального развития творческих работников на основе межотраслевого сотрудничества с организациями смежных отраслей.

- ❖ Укреплять конкурентные преимущества вошедших в кластер творческих организаций и предприятий смежных отраслей.

- ❖ Создавать благоприятную среду для развития творчества, в том числе нацеленное на привлечение туристов.

- ❖ Содействовать развитию территории путем повышения ее attractiveness для представителей творческих профессий.

- ❖ Создавать благоприятную креативную среду для организаций различных отраслей.

- ❖ Повышать уровень интерактивности культурных продуктов, создаваемых в рамках социально-культурных кластеров.

- ❖ Формировать новые продукты культурного туризма, способные привлекать различные категории туристов.

- ❖ Формировать новый культурный имидж туристской дестинации путем активизации деятельности креативных групп населения [2].

Принятые в последние годы законодательные акты и программные документы, регулирующие становление и развитие культурной сферы Республики Беларусь, говорят о необходимости концентрации усилий всех участников культурного процесса на наиболее эффективных и перспективных направлениях реализации государственной культурной политики страны.

Сегодня уже идет процесс создания объектов инфраструктуры, способствующей кластерообразованию, который определяется Указом Президента Республики Беларусь от 03.01.2007 № 1 «Положение о порядке создания субъектов инновационной инфраструктуры».

В сфере культуры нашей страны функционирует отраслевой подход, который не способен в полной мере «обновлять» социально-культурную сферу, в то время как кластерная модель организации приводит к созданию особой формы инновации – «совокупного инновационного продукта», позволяет учесть особенности развития каждого региона, а механизмы ее реализации соответствуют реальным возможностям власти и сложившимся в стране экономическим и правовым условиям.

Кроме того, входящие в кластер учреждения культуры получают дополнительный стимул своего развития. Это актуально по причине финансирования сферы культуры по остаточному принципу и необходимостью ее учреждений выживать в рыночных условиях.

В развитых странах мира, таких как, например, Япония, США, Англия, Германия, Испания, Голландия, Италия, Россия, Франция индустрия досуга и развлечений считается одной из наиболее прибыльных сфер бизнеса, которая служит удовлетворению основных социально-культурных потребностей человека в сфере свободного времени, формированию новых личных и общественных потребностей и их развитию при создании определенных условий.

Инновационные социально-культурные технологии в нашей стране находятся в стадии становления и развития. В последние десятилетия в Беларуси сложились для этого соответствующие предпосылки, появились необходимые ресурсы:

- ❖ Нарастающие темпы экономического и социально-культурного развития.

- ❖ Коммерциализация досуга.
- ❖ Повышение платежеспособности населения.
- ❖ Увеличение спроса на культурно-досуговые услуги.
- ❖ Создание на сложившемся широком рынке товаров и услуг конкурентной ситуации.

Специалисты досуга владеют всеми технологиями социально-культурной деятельности, имеют все необходимые знания, умения и навыки, позволяющие создавать интерактивные проекты, которые были бы интересны молодежи, но, зачастую, в данной сфере не хватает должного финансирования, и совсем мал опыт предпринимательской деятельности, также требуют усовершенствования законодательная база и формирование моделей функционирования предприятий творческих индустрий в Беларуси на основе международного опыта в этой области.

Социально-культурные кластеры – не модное веяние, а назревшая необходимость, способная удовлетворить потребности городской учащейся молодежи в организации досуга и перевести досуговую деятельность в разряд творческой индустрии.

Таким образом, отметим, что целью внедрения социально-культурных кластеров является создание сети взаимодействий между учеными, студентами, предпринимателями и государственными службами для того, чтобы как можно быстрее в практику внедрялись любые нововведения, как управленческие, так и научные, и, чтобы при принятии решений органами государственной власти, были в максимальной степени учтены мнения всех представителей кластерной инициативы. Мы полагаем, что компетентное проведение кластерной политики в сфере культуры позволит продемонстрировать положительную динамику в содержании досуга городской учащейся молодежи.

1. Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации: учеб. пособ. для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.

2. Бойко, А. Е. Формирование туристских кластеров как инструмент развития внутреннего туризма в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.dvags.ru/download/gio/j_2009-2/37.doc. – Дата доступа : 15.09.2016.

3. Гунаре, М. Толковый словарь актуальных социокультурных терминов / М. Гунаре, И. Маркина. – Рига: [Б.и.], 2007. – 299 с.

4. Сапотыко, П. М. Государственно-частное партнерство в развитии социально-культурных кластеров Беларуси / П. М. Сапотыко // Асоба ў кантэксце сучасных сацыякультурных працэсаў : матэр. I Міжнар. навук. канф. памяці Ядвігі Дамінікаўны Грыгаровіч (12 лістапада 2014 г., г. Мінск) / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2015. – С. 163–167.

5. Сафонова, О. А. Формирование кластеров в Республике Беларусь: организационные и методические аспекты / О. А. Сафонова // Экономика и управление. – 2012. – № 1. – С. 13–18.

6. Тарасенко, В. В. Социокультурный анализ российской модели территориальных кластеров / В. В. Тарасенко // Экономические и гуманитарные исследования регионов. – 2011. – № 5. – С. 94–99.

7. Флорида, Р. Креативный кластер: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. М. : Классика-XXI, 2007. – 432 с.