

Мельникова К.А., студ. 412 гр.

Научный руководитель – Бирюкова Т.П.

ФОРМИРОВАНИЕ КУЛЬТУРЫ ДОСУГА МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ КЛАСТЕРАХ

Условия развития современной цивилизации, ускорение ритмов и процессов подвергают насилию человеческую психику, она зачастую не справляется с теми требованиями, которые предъявляют к ней производственная среда, трудовые отношения и пр. Все это оказывает непосредственное влияние на характер культуры досуга молодежи. Сегодня наблюдается существенная неостребованность культурно-развивающего потенциала социально-культурной сферы значительной частью молодых людей. Как отмечает М.А. Ариарский : «Культура досуга – это способность личности к выработке качественно нового, собственного подхода, замыслов и решений по организации своего свободного времени» [1, с. 172].

Социально-культурные потребности молодежи развиваются динамично, между тем как досуговая сфера является более консервативной и не всегда «поспевает» за молодежными досуговыми интересами и потребностями. При этом именно в сфере молодежного досуга создаются и апробируются инновационные формы культурного выражения поколения. Затем, модифицируясь, они внедряются в сферу досуга других возрастных групп [4, с. 75–89].

Очевидно, что на современном этапе спрос на формы досуга, которые предоставляют коммерческие учреждения культуры, значительно превышает предложение государственных досуговых учреждений. И проблема тут не столько в ограниченности материально-технической базы,

а в том, что коммерческие учреждения культуры более оперативно реагируют на изменения в социуме и ищут формы работы с молодежью, чтобы ей было интересно и комфортно.

Наиболее полно данной заявке соответствует явление культуры XXI в. – творческие кластеры, которые, создавая ареал межотраслевого сотрудничества, формируют условия для профессионального развития творческих работников, повышают уровень интерактивности культурных продуктов, создаваемых в рамках данных объединений. В конечном счете, кластеры способствуют более полному удовлетворению запросов потребителей на рынке культурных услуг.

Рассматривая историю введения понятия «кластер» в научный и практический оборот, следует отметить, что термин «кластер» (который можно перевести с английского языка как (1) «кисть», «гроздь»; (2) «скопление», «концентрация»; (3) «группа») имеет устоявшееся значение и успешно применяется в большинстве естественных наук.

По отношению к отраслям и компаниям его первым применил американский бизнес-экономист, профессор Гарвардской бизнес-школы (Harvard Business School) Майкл Юджин Портер в 1990 г. и определил его так: «сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в родственных отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, торговых объединений) в определённых областях, конкурирующих, но, при этом, ведущих совместную работу» [5].

Формируя креативную среду, профессионалы тянут за собой инвестиции, туристов, своих коллег и многое другое, что в совокупности и обеспечивает постепенный рост небольших территорий. Именно так регион привлекает инвестиции через сферу культуры.

Одним из таких новшеств является так называемый «творческий кластер», который представляет собой объединение производителей продуктов в творческих индустриях, которые дополняют друг друга. В креативном кластере могут сосуществовать выставки, магазины книг и одежды, ремесленные мастерские, рестораны, лекционные залы и т.д., создающие атмосферу созидания, познания и бизнеса. Таким образом, кажущиеся разбросанными по городу в случайном порядке социально-культурные учреждения, в действительности же обнаруживают тесные взаимосвязи друг с другом.

Кроме того, в понятии «кластер» кроются закономерности и связи, исторически сложившиеся в регионе, что можно проиллюстрировать на конкретных примерах. Поскольку этот феномен впервые появился за рубежом, то справедливо будет начать изучение развития данной сферы творческой индустрии именно с дальнего зарубежья.

Рассмотрим один из таких кластеров, расположенных в лондонском Ист-Энде. Это содружество независимых творческих кампаний, нашедшее приют в здании бывшей пивоварни. Сегодня «старая пивоварня Трумана» (The Old Truman Brewery) привлекает людей со всего мира. На одиннадцати акрах земли есть все: бары, рестораны, магазины, мастерские, пространства для выставок и конференций, офисы и два рынка, которые открыты дважды в неделю и на которых можно купить дизайнерскую одежду.

Если обратиться к опыту российских городов, таких как Санкт-Петербург, то здесь творческие кластеры возникают, в основном в зданиях заброшенных фабрик, там собираются творческие натуры, владельцы галерей, инвесторы и предприниматели. Одним из самых популярных среди молодежи является Лофт Проект ЭТАЖИ: на нескольких тысячах квадратных метров бывшего хлебозавода располагается четыре

выставочных пространства, две галереи, книжный магазин, кафе, открытая крыша и хостел. Также нельзя не назвать Арт-центр «Пушкинская – 10» и Креативное пространство ТКАЧИ, позиционирующее себя как «многофункциональный центр для культуры, образования и отдыха».

В Украине зарегистрированы творческий кластер «Сузирья» на базе центров народных промыслов в карпатском регионе (Ивано-Франковская обл.), туристический кластер «Славутич» (Киевская обл.), популяризирующий культурное наследие и привлекающий внимание к современному состоянию чернобыльского региона, инновационно-технологический кластер по вопросам развития сельских территорий «Сорочинский ярмарок» (Полтавская обл.), кластер «Гоголевские места Полтавщины» (Полтавская обл.) и др.

В качестве примера попытки создания кластера в Республике Беларусь можно привести проект «Кластер агротуризма Гомельщины», разработанный в 2006 г. Гомельским городским научно-просветительским общественным объединением «Оракул» (ГГНПОО «Оракул») совместно с «Гомельским государственным университетом им. Франциска Скорины». Целью проекта являлась разработка кластерной стратегии развития сельского туризма в регионе, которая направлена на создание региональных и местных агротуристических сетей, объединяющих различные модели агротуристических хозяйств и предприятий.

В ходе реализации такой инициативы представители ГГНПОО «Оракул», сотрудники Гомельского государственного университета им. Ф. Скорины и украинские партнеры наконец завершили то, что назвали «инвентаризацией туристических кластерных активов», в результате чего были описаны более трехсот исторических, культурных и природных достопримечательностей шести районов белорусско-украинской территории еврорегиона «Днепр». Партнерская сеть кластера объединила в

результате реализации проекта целый ряд организаций: 31 агроусадьбу, 5 фермерских хозяйств, 4 туристических предприятия, туристско-информационный центр, 8 районных сельских советов, 6 сельских общеобразовательных школ, 12 сельских кооперативов, 2 общественных объединения, 9 предприятий малого бизнеса и два университета [2].

В заключение хочется акцентировать внимание на том, что представленные выше примеры успешного опыта городов по претворению в жизнь теории творческих индустрий, свидетельствуют о том, что воплощение теоретических идей реально и в Беларуси, но с учетом национально-культурных и социально-экономических особенностей. На сегодняшний момент существует острая необходимость внедрения творческих индустрий в Республике Беларусь и создание кластерной системы, которая успешно развивается не только во многих европейских странах, но и странах постсоветского пространства.

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

1.Ариарский, М.А. Прикладная культурология / М.А. Ариарский / СПб. : Ун-т культуры и искусств. – СПб. : Эго, 2001 – 172 с.

2.Зеленцова, Е. На пути к творческой экономике / Е. Зеленцова [Электронный ресурс]. – Электро. дан. – CreativeIndustriesAgency, cop. 2012. – Режим доступа : [http:// www. creativeindustries.ru/rus/publications/](http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/). – Дата доступа : 23.10.2012.

3.Мельникова, К.А. Значение социально-культурных кластеров Августовского канала в развитии познавательного туризма / К.А. Мельникова // Культура: открытый формат – 2014 : сб. науч. ст. / М-

во культуры Респ. Беларусь, Белорус. Гос. ун-т культуры и искусств; [сост.: Т.Н. Бабич, Ю.А. Переверзева; ред. сов.: В.Р. Языкович (пред.) и [др.]; рец. : А.И. Жук. М.А. Можейко]. – Минск : БГУКИ, 2014. – С. 304–308.

4.Смаргович, И.Л. Основы культурно-досуговой деятельности: учебн.-метод. пособие/ И.Л. Смаргович; Мин-во культуры Респ. Беларусь, Бел. Гос. Ун-т культуры и искусств. – Минск: БГУКИ, 2013. – 174 с.

5.Творческий кластер: московское измерение [Электронный ресурс]. – Электро. дан. – Институт культурной политики, сор. 2004. – Режим доступа : [www. spolicy. ru / analytics/ cluster. html](http://www.spolicity.ru / analytics/ cluster. html). – Дата доступа : 23.10.2012.

Минич Ю.В., студ. 211 а гр.

Научный руководитель – Смаргович И.Л.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА

С выходом пожилых людей на пенсию образ жизни пожилого человека меняется. Со временем сужается круг общения и потребностей, увеличивается объем свободного времени, который необходимо заполнить полезной и содержательной деятельностью для продолжения полноценной жизни пожилого человека. В связи с этим возникает необходимость решения проблемы организации свободного времени пожилых людей. В свою очередь, развитие активного образа жизни пожилых людей предполагает деятельное участие в этом процессе их самих. Кроме того, некоторая часть пенсионеров стремится к активному образу жизни,