Лекция 4. Социальные функции культурно–досуговой деятельности

План лекции:

1. **Социальные функции культурно–досуговой деятельности**
2. **Задачи организатора досуга**
3. **Аудитория досуговой деятельности: структура и особенности**

1. Социальные функции культурно–досуговой деятельности

Одной из главных функций культурно–досуговой деятельности является создание культурной развивающей среды, организованной особым образом и предназначенной для включения личности в реальную, а не выдуманную жизнь. Социальные функции культурно – досуговой деятельности определяются учеными по-разному.

Большинство ученых трактуют социальные функции культурно-досуговой деятельности таким образом:

а) производство новых знаний, норм, ценностей, ориентаций и значений;

б) накопление, хранение и распространение (трансляция) знаний, норм, ценностей и значений;

в) воспроизводство духовного процесса через поддержание его преемственности;

г) коммуникативная функция, обеспечивающая знаковое взаимодействие между субъектами деятельности, их дифференциацию и единство;

д) социализирующая, обеспечивающая через создание структуры отношений, опосредованных культурными компонентами, социализацию общества;

е) рекреационная, или игровая, культура, действующая отведенной для нее сфере.

Одной из ведущих функций культурно-досуговой деятельности является рекреационная. Она способна снять производственное переутомление, восстановить утраченные силы. Здесь решается главная задача – психологическая разрядка и отдых.

Следующая функция, тесно переплетающаяся с предыдущей, гедонистическая (наслаждение, удовольствие). Если занятия будут полезными, но не будут приятными, они потеряют значительную долю привлекательности для посетителей, а вместе с этим и долю самой полезности. Отвечая нормам культуры, человек включается в общественную жизнь, постепенно поднимаясь к высшим формам поведения, а культурно –

досуговая деятельность как раз и выполняет функцию регулятора социальных отношений между людьми. Усваивая культуру, идя от норм к образцу, человек готовит себя для творческого самоутверждения. Культурно-досуговая деятельность обладает функцией разрядки напряжения. Она формирует и обеспечивает условия для проведения досуга, для отдыха и развлечения людей.

Названные функции культурно – досуговой деятельности не оторваны одна от другой, а наоборот, тесно связаны между собой. Многие формы культурно-досуговой деятельности выполняют одновременно несколько функций. Так, например, художественный фильм может иметь и познавательную, и нормативную функции.

Потребность в совместном переживании значимых событий общественной (отчасти – и личной) жизни, в публичном и ярком проявлении социальных чувств обеспечивают праздники, которые призваны стимулировать их формирование, актуализировать, облагораживать внешние формы их проявления.

Социальные функции культурно-досуговой деятельности таковы, что для их осуществления вовлекаются значительные группы людей: организаторы культурно-досуговых программ, активисты, члены различных кружков, любительских объединений и клубов по интересам, сами зрители.

Формирующее воздействие культурно-досуговой деятельности следует специально организовывать, вести по определенно разработанной программе людьми, имеющими профессиональную подготовку. Современный специалист учреждения культуры – «это высокопрофессиональный организатор досуга. Прежде всего, следует сказать здесь об интересе к избранной профессии, о склонности к работе с людьми на досуге, об осознании своего призвания.

2. Задачи организатора досуга

- создать максимально приемлемые условия для культурного использования свободного времени. Главным среди них является организация разнообразных, непохожих на учебные, видов деятельности;
- через расширение новизны видов деятельности, как по содержанию, так и по характеру их организации создавать условия для привития культуры использования свободного времени, для всестороннего развития личности;
- принимать в клуб всех желающих, независимо от умений, физических данных и т.п.;

- довести клубную атмосферу до максимальной раскованности для ребенка и необходимости его деятельности. Свободное время в понимании детей и должно быть таким;
- учитывать возрастные психологические особенности школьников;
- избирательность, которая предполагает и изменение интереса, если есть желание попробовать себя в другой области деятельности.

Каждый организатор досуга должен знать:

- социально-экономические особенности района, т.к. без этих знаний невозможно четко охарактеризовать ребят своего микрорайона;
- культурные возможности района, чтобы реально видеть, какое место отведено клубу в представлении ребят;
- возможности педагогической общественности;
- возрастной состав детей района, микрорайона, что позволяет точно планировать деятельность клуба с учетом ближайших и отдаленных по времени (до 10-12 лет) перспектив;
- положительная воспитательная работа в школах, ПТУ района;
- социальную характеристику семей, где есть школьники района;
- общие тенденции увлечений, наклонностей и потребностей школьников своего района, что позволяет решать конкретные педагогические задачи свободного времени.

3.Аудитория досуговой деятельности: структура и особенности

Аудитория – устойчивая совокупность людей, возникающая на основе общности их информационных интересов и потребностей, а также форм, способов и каналов удовлетворения этих потребностей. Аудитории присущи специфические (аудиторные) интересы, позволяющие отличить ее от других общностей людей.

Аудитория культурно-досуговой деятельности – это совокупность индивидов, а также дружеских групп и коллективов, желающих реализовать свои потребности досугового характера. Аудитория не может рассматриваться ни как сумма разобщенных индивидов, ни как прочный коллектив, скрепленный социальными связями.

Анализируя аудиторию культурно-досуговой деятельности, прежде всего, необходимо дать ответ на вопрос: «для кого?» разрабатывается то или иное досуговое мероприятие.

Критериями классификации аудитории могут выступать различные социально-демографические и социально-культурные признаки, в частности, такие как:

Возраст. В соответствии с этим критерием можно выделить следующие группы: дети; подростки; молодежь; люди зрелого возраста; пожилые люди. Приоритетными социальными группами здесь являются дети, подростки, лица пожилого возраста.

Семейное положение. Здесь особого внимания заслуживают три группы: многодетные семьи; неполные семьи; одинокие люди.

Степень социальной адаптированности. По этому критерию особой остротой проблематики отличаются инвалиды, мигранты (беженцы); лица некоренной национальности; бывшие военнослужащие; лица, вышедшие из мест заключения и др.

Сходство интересов и ценностных ориентаций (различные объединения, группы, клубы по интересам).

Условно всю аудиторию можно разделить на 3 группы.

Первая: дети и подростки;
Вторая – родители;
Третья – воспитатели.
Первая группа:
делится: а) по полу и возрасту:
-дошкольники (4-6 лет);
младшие школьники (6-10 лет);
подростки (10-14 лет);
старшие школьники (14-17 лет);
молодежь (17-26 лет);
б) по территориальной принадлежности:
школьники города;
школьники села;
группы по месту жительства.
в) по степени трудности воздействия;
г) неформальные объединения;
д) трудные подростки;
е) по степени развития интереса;
ж) по степени активности культурно-досуговой деятельности;
з) по принадлежности к учебным учреждениям.

Вторая группа:

а) родители по полу и возрасту детей;

б) родители трудных детей;

в) родители города, села;

г) родители - общественники.

Третья группа:

а) организаторы воспитательной работы школьников;

б) классные руководители, воспитатели;

в) учитель – предметник;

г) педагог-организатор клубов по месту жительства;

д) работники лагерей, санаториев, туристических и экскурсионных бюро;

е) работники комиссии по делам несовершеннолетних;

ж) работники домов творчества, клубных учреждений.

Состояние аудитории:

- ✓ состояние готовности, то есть подготовленность или неподготовленность, слабая подготовленность слушателей; подразумевается не только уровень их знаний, но и степень сознательности и т.д.;
- ✓ состояние заинтересованности, которые связаны, прежде всего, с характером предрасположений аудитории, при этом учитывается как интерес к содержанию информации, так и отношение к ее носителю и способам ее подачи;
- ✓ состояние активности, отражающее разную степень поведенческих актов аудитории.

Как отмечает В.Е. Новаторов, самая хорошая культурно-досуговая программа должна начинаться, с изучения аудитории, ее интересов и потребностей. Важно помнить: запросы личности и спрос на услугу - это далеко не одно и то же. Запрос - это возможный уровень удовлетворения возникшей потребности, который отражается в сознании потребителя услуги в идеальной, воображаемой фирме. Спрос же - то, за что потребитель готов реально заплатить или, по крайней мере, воспользоваться возможностью получить желаемое на самом деле, а не в мечтах и предположениях. В коммерческой и хозрасчетной деятельности последнее условие имеет особо важное значение.

Таким образом, основой характеристики аудитории культурно-досуговой деятельности являются интересы и потребности личности.

Особенности основных групп семейной аудитории.

Детская аудитория. Досуг детей отличается сложностью и противоречивостью. Дети не всегда имеют возможность выбирать занятия на досуге по собственному желанию, кроме того, они не всегда готовы к выбору видов деятельности, способствующей полноценному формированию личности, охотно перенимают у взрослых модели проведения свободного времени, которые далеко не всегда содействуют их физическому и психическому развитию.

Ведущим видом деятельности детей дошкольного возраста является игра, именно с ее помощь дети познают окружающий мир.Развитие и рост детского организма происходит в движении. Это требует обязательного включения в детские программы подвижных, спортивно-соревновательных форм досуга.

Кроме того, надо учитывать, что у психофизиологические процессы у детей очень неустойчивы, как большие физические, так большие интеллектуальные нагрузки приводят к быстрой утомляемости, что требует обязательной смены деятельности.

Для детей младенческого, дошкольного и младшего школьного возраста ведущим институтом социализации является семья. Именно в этом возрасте высока значимость семейного досуга, традиции которого будут легче восприниматься позже в подростковом и юношеском возрасте, а потом полноценно перенесутся в собственную семью. Роль родителей в организации досуга ребенка примерно до двенадцатилетнего возраста является основополагающей.

Подростковая аудитория. Главным социализирующим институтом для подростковой аудитории выступают сверстники и кумиры. С психологической точки зрения, подростковый возраст характеризуется негативизмом, т.е. очень часто необоснованным отвержением всего и всех, особенно со стороны родителей и старшего поколения, что приводит к вечному исторически сложившемуся конфликту отцов и детей. В этот период подростку кажется, что он является всезнающим субъектом социальных взаимодействий. Как было отмечено, общение среди своих сверстников является главным социализирующим фактором на данном этапе, а значит, и организация досуговых программ для подростков должна строиться на поддержании такого общения. Другой важнейший момент – это то, что подростку необходимо самоутвердиться, самовыразиться, быть первым среди равных.

Молодежная аудитория. С одной стороны, характерной чертой современного молодежного досуга является преобладание пассивно-созерцательных форм его проведения.

С другой стороны, к особенностям личности юношеского возраста можно отнести повышенную эмоциональную, физическую подвижность, динамическую смену настроений, зрительную и интеллектуальную восприимчивость. К специфическим чертам молодости относится преобладание у нее поисковой и игровой активности, что ставит перед организаторами досуга задачу проектирования программ, где главенствующую роль играли бы не только созерцательные формы, но и формы активного вовлечения молодежи в процессы, носящие творческий характер деятельности.

И.В. Бестужев–Лада так определяет потребности молодежи в сфере свободного времени: «..для молодежи «посидеть компанией» - жгучая потребность, один из факультетов жизненной школы, одна из форм самоутверждения!.. При всей важности и силе социализации молодого человека в учебном и производственном коллективе, при всей необходимости содержательной деятельности на досуге, при всей масштабности роста «индустрии свободного времени» - туризма, спорта, библиотечного и клубного дела – при всем этом молодежь упрямо «сбивается» в компании сверстников. Значит, общение в молодежной компании – это форма досуга, в которой юный человек нуждается органически».

Молодая бездетная семья. Досуговое поведение на этом этапе жизненного пути во многом будет сходно с поведением молодежной аудитории. Наибольший интерес для этой группы представляют досуговые мероприятия совместного времяпровождения.

Семья с детьми. Примерно до достижения детьми подросткового возраста при организации совместного семейного досуга критерием отбора его формы и содержания будет возраст самого младшего члена семьи в связи с его наибольшей зависимостью от старших.

Повзрослевшие дети стремятся освободиться от семейного досуга и проводить его в кругу друзей. Еще молодые родители могут вернуться к досугу «для двоих». Если система семейного досуга до достижения детьми 12-13 лет была выстроена логично, была насыщена традициями, то в этот период семье удастся сохранить точки соприкосновения для совместного семейного досуга при обязательном выделении времени для индивидуальных форм.

Люди третьего возраста – категория людей, которые закончили свой трудовой путь, вышли на заслуженный отдых. Как правило, это люди с огромным жизненным опытом, которым они хотели бы поделиться с окружающими. Пожилые люди, в силу большого количества свободного времени, охотно хотят принимать активное участие во всех сферах социально-культурной жизни. Однако не надо забывать, что интересы пожилых людей

направлены, прежде всего, не на переосмысление своего жизненного опыта, а на воспоминания своей молодости. Специфика возраста означает другую особенность – ориентацию на комплекс оздоровительных программ. Практика показывает, что оптимальным вариантом является равномерное сочетание активных и пассивных форм организации досуга людей третьего возраста.

Литература

1. Гаспарян Ю.А. Семья на пороге XXI века (социологические проблемы). – СПб: ТОО ТК «Петрополис», 1999.
2. Гацук С.Ю. Технологические аспекты подготовки анимационных программ //Пятая электронная Всероссийская научно-практическая конференция «Вуз культуры и искусства в образовательной системе региона», Октябрь – декабрь 2007 г.
3. Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: учебник - М.: МГУКИ, 2004.
4. «ТЕОРИЯ И МЕТОДИКА КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» Учебно-методическое пособие Черкасова Г.В., Краснодар. 2006г.