

Элеонора Медведь, Галина Грибкова, Ольга Киселева



ИНДУСТРИЯ КРЕАТИВНОГО ДОСУГА В ГОРОДСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ МЕГАПОЛИСА

Учреждения культуры сегодня существуют в высококонкурентной среде на рынке досуга наравне с организациями, бюджетные возможности которых, а значит и маркетинговые практики, гораздо шире. При этом учреждения культуры являются полноправными участниками данного рынка и предоставляют услуги в области креативного досуга. Одна из ключевых задач этого рынка — охват всех возрастных групп населения.

Сегодня, в условиях индустрии креативного досуга, повышаются требования к организации свободного времени жителей столичного мегаполиса. Сотрудники культурных учреждений должны владеть современными технологиями организации досуга различных категорий населения и привлекать к себе внимание, ориентируясь исключительно на качественные и актуальные досуговые формы.

В современном городе рынок культурных услуг постоянно расширяется, делая эту индустрию одним из приоритетных направлений развития социально-экономического пространства города.

Индустрия досуга, по определению ведущего современного исследователя этой области В.З. Дуликова, это отрасль по созданию оптимальных условий досугово-рекреационной деятельности человека: индустрия досуга может предоставлять всем возрастным группам разнообразные услуги с использованием современных креативных технологий, в

том числе и новых компьютерно-информационных средств.

Исследования области креативного досуга, по определению ведущего исследователя социально-культурной деятельности М.А. Ариарского, включают в себя массовую художественную культуру, которая широко представлена в многообразных формах и видах в индустрии культурного досуга.

Исследования индустрии креативной досуговой деятельности, проведенные на кафедре социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ, раскрывают взаимодействие вуза и учреждений культуры как производное понятие – профессиональную деятельность всех представителей таких областей, как образование и культура. Деятельность этих взаимосвязанных субъектов направлена на объект, то есть посвящена московской городской индустрии креативного досуга и является максимально перспективной как для руководителей учреждений и непосредственно организаторов креативного досуга, так и для МГПУ, осуществляющего профессиональную подготовку кадров для социально-культурной среды города.

Какой же интерес представляет индустрия креативного досуга для жителей такого мегаполиса, как Москва?

Это инновационные, интерактивные технологии досуговой деятельности, основанные на творческом

подходе и креативных идеях организации свободного времени разных социальных групп населения, с учетом их интересов, потребностей и условий обслуживания.

Анализируя ситуацию, сложившуюся в культурном пространстве Москвы, можно увидеть, что многие программы и проекты, разрабатываемые различными, достаточно востребованными городским населением учреждениями индустрии креативного досуга (творческий центр «Москворечье», культурный центр «Онежский», дом культуры «Рублево», детская школа искусств «Родник», центр внешкольной работы «На Сумском», event-компания FOXNOTE, агентство событийного маркетинга WONDERLOFT и др.), тем или иным образом формируют у населения общественное сознание, мировоззрение, определенные поведенческие нормы, развивают чувства патриотизма, национальной идентичности, вовлекают в художественно-творческую деятельность средствами социально-культурных и рекреационно-досуговых технологий.

Результаты исследования, проведенного профессорско-преподавательским составом кафедры социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ в этом году с целью обобщения и анализа информации о текущем состоянии и тенденциях развития социально-культурного взаимодействия вуза и предприятий индустрии креатив-

ного досуга, показывают, что необходимо расширять функции производителей социально-культурных услуг, и предъявляют требования к качественной подготовке выпускников институтов культуры и искусств, владеющих современными технологиями профессиональной деятельности, способных учитывать интересы и реагировать на изменяющиеся потребности различных социальных групп.

Чтобы выявить предпочтения в выборе культурно-досуговых учреждений, студентами Института культуры и искусств МГПУ во время прохождения производственной практики в учреждениях культуры был проведен опрос среди городского населения. Среди 130 опрошенных были представители разных возрастов: молодежь составила 54 %, семейная аудитория – 24 %, подростки – 16 %, люди пожилого возраста – 6 % (рис. 1). Их просили составить рейтинг критериев, которыми они руководствуются при выборе культурно-досугового учреждения (рис. 2).

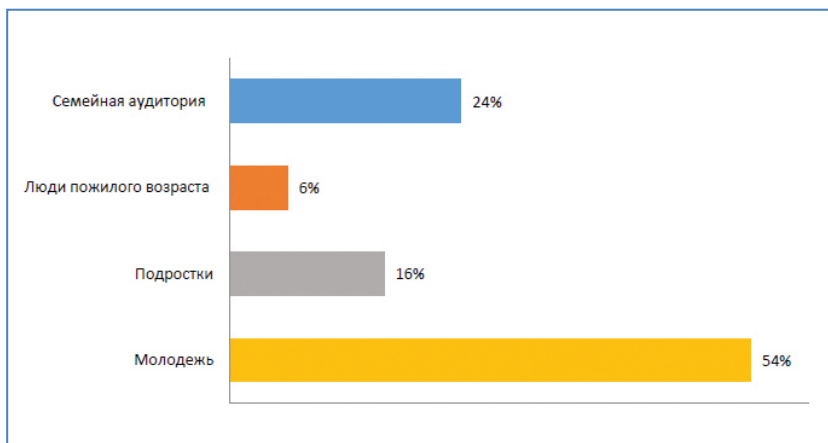


Рис. 1. Возрастные категории участников опроса

Количественная и качественная обработка материала о предпочтениях в выборе учреждения индустрии досуга и содержания их деятельности (тех же 130 человек) показала, что лидирующие позиции занимают такие критерии, как «месторасположение культурно-досугового учреждения» (92 %), «финансовая доступность досуговых услуг» (92 %), «многообразие форм любительской творческой деятельности» (92 %), «многообразие форм культурно-досуговой деятельности для организации молодежного досуга» (92 %).

Аналитическая обработка материалов мониторинга мнений посетителей социально-культурных учреждений, а также преподавателей высших учебных заведений, педагогов дополнительного об-

Критерии, определяющие выбор культурно-досугового учреждения

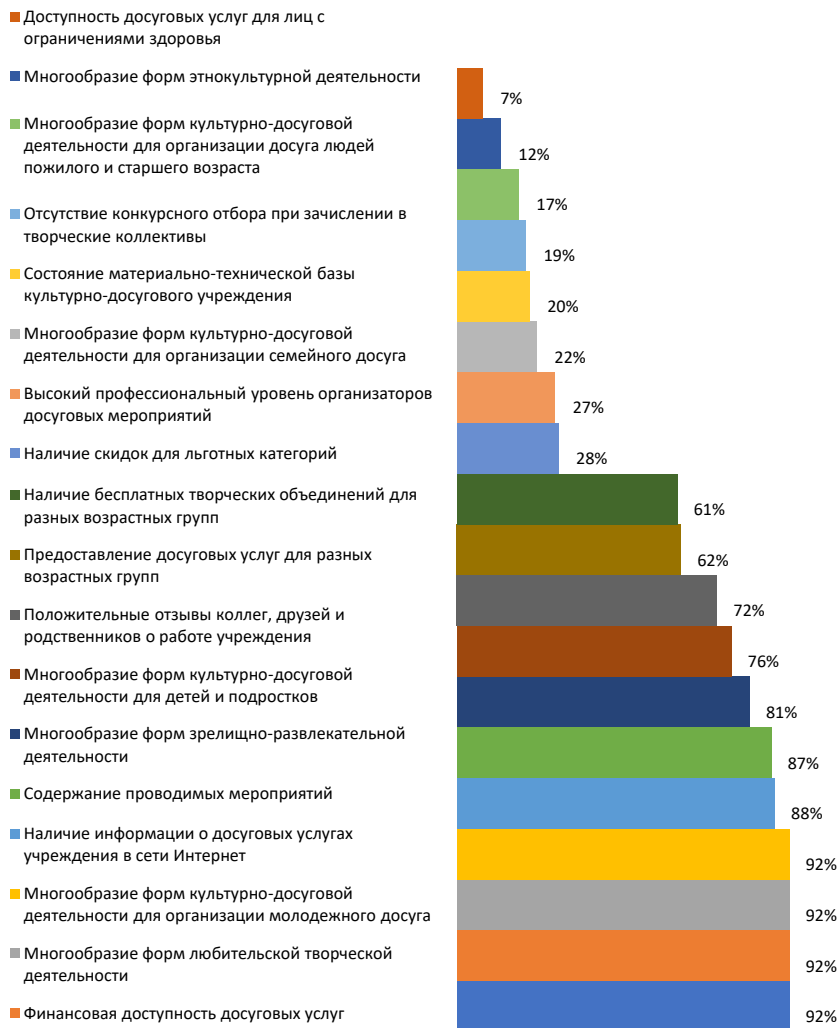


Рис. 2. Ранжирование предпочтений респондентов при выборе культурно-досугового учреждения

разования и работников предприятий индустрии креативного досуга позволяет предположить, что эти учреждения культуры обладают значительным ресурсом для организации исследовательской деятельности студентов, а также для проведения учебных занятий с использованием интерактивных технологий социально-культурной деятельности при профессиональной подготовке бакалавров и магистров для сферы досуга Москвы.

В коллективной монографии кафедры социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ рассмотрена типология московской досуговой индустрии по различным признакам: содержание и формы деятельности, типы и виды досуговой деятельности. Но большинство исследователей в этой области (М.А. Ариарский, В.З. Дуликов, Ч. Лэнгри, Э.И. Медведь, Л.В. Секретова, Н.Н. Ярошенко и др.) сходятся на том, что индустрию досуга целесообразно классифицировать по направленности, функциям и сферам деятельности.

В области отдыха и развлечений:

- индустрия отдыха,
- индустрия семейного досуга,
- индустрия детского отдыха и досуга,
- игровая индустрия,
- клубная индустрия,

- индустрия кинопоказа,
- шоу-индустрия и др.

В области путешествий, поездок, встреч и знакомств:

- индустрия туризма,
- корпоративная трэвел-индустрия (corporate travel industry),
- гостиничная индустрия,
- MICE-индустрия (индустрия встреч) и др.
- флешмобы – спланированные через интернет кратковременные акции-представления с участием большого количества людей, в нашем исследовании носящие художественно-творческое содержание (танцевальные, песенные и др.) и др.

В области физической культуры и спорта:

- индустрия спорта,
- индустрия экстремального спорта (серфинг, дайвинг, скалолазание, сноубординг и др.)

В области оздоровления:

- фитнес-индустрия,
- wellness-индустрия,
- индустрия здоровья и многие др.

На наш взгляд, ключевые позиции типологии индустрии креативного досуга – это те виды продук-

ции, которые созданы на основе предпринимательской деятельности, в первую очередь такие как:

- организация различных видов квестов;
- досуговые центры, клубы, развлекательные комплексы, дискотеки;
- парки (тематические, развлекательные, экопарки, аквапарки);
- интерактивные формы театральной деятельности – аудиопроменад, иммерсивный театр, «кухонный театр», «уличный театр», перфоманс для одного и т.д.;
- народные промыслы – форма народного творчества, в которой отчетливо прослеживаются этнические традиции и нравы и др.;
- организация концертов, шоу-программ, туров и др.;
- сеть общественного питания (кафе, рестораны).

Свободное времяпрепровождение как основа образа жизни переходит в виртуальное пространство, обусловленное пятью i – intensive (интенсивность), interactive (интерактивность), immersive (иммерсивность), illustrative (иллюстративность), intuitive (интуитивность). В интернете представлены досуговые коммерческие услуги в форме игр, кино- и видеопродукции, арт-проекты, виртуальные экскурсии и т. д. Вместе с тем, как отмечено в исследовании Н.Н. Ярошенко «Воспитательный потенциал совре-

менной индустрии досуга», — это инновационное, интерактивное направление еще не сформировалась как социально-педагогическое направление и находится в стадии изучения, выявления закономерностей, задач, понятийного аппарата и других научных атрибутов.

Проведенный анализ классификации городских предприятий культурного досуга показывает, что традиционно столичную инфраструктуру креативного досуга также составляют учреждения клубного типа, библиотеки, парки культуры и отдыха, музеи, выставочные залы, досуговые центры, культурно-спортивные комплексы и др., в которых организация досуга проводится на бюджетной основе.

При этом во всех учреждениях культуры любого типа ведущие позиции в организации досуга занимает проектная деятельность.

За последние годы среди населения московского мегаполиса стало ожидаемым событием проведение акций, направленных на популяризацию деятельности учреждений культуры и привлечение внимания к культурным услугам для населения. Самыми популярными акциями среди москвичей всех возрастов стали такие успешные event-проекты, как «Ночь искусств», «Ночь в музее», «Ночь в театре», «Библионочь», «Всей семьей в музей», фестивали «Московское долголетие», «Московское варенье», «Круг света» и др.

В процессе проведения мониторинга по выявлению досуговых предпочтений разных возрастных категорий населения мегаполиса были выявлены следующие проблемы:

- недостаточная информированность населения об организации досуговой деятельности в городе;
- востребованность учреждений сферы креативного досуга, предоставляющих бесплатные услуги, в шаговой доступности;
- традиционность и однообразие форм организации досуга.

Поэтому актуальным становится вопрос о профессионально-ориентированной подготовке специалистов, которые соответствуют современным требованиям и способны компетентно включиться в современное развитие индустрии креативного досуга на отечественном рынке таких услуг, основанном на инновационных проектных технологиях.

В процессе опроса, проведенного кафедрой социально-культурной деятельности Института культуры и искусств МГПУ среди руководителей учреждений дополнительного образования и культуры Москвы (26 человек), предлагалось отметить те профессиональные умения и навыки выпускников – специалистов по организации досуга, которые они считают наиболее значимыми для решения профессиональных задач.

Первую строчку рейтинга (96 % респондентов) занимают навыки проектной деятельности: способность реализовать социально-культурный проект от идеи до достижения прогнозируемых результатов. Второе место (84 %) – умение анализировать культурные запросы разных групп населения для оказания досуговых услуг, так как культурный продукт должен удовлетворять потребности посетителей. Третье место (72 %) – умение принимать нестандартные решения и креативно мыслить. Четвертое место (61 %) – умение взаимодействовать с коллегами, посетителями учреждений и спонсорами (коммуникативная компетентность специалистов) (рис. 3).

Проведенное в МГПУ исследование показало: для жителей столицы весьма актуальны услуги в области культурного досуга. Интересы и конкретные пожелания горожан очень разные и постоянно развиваются. Можно сделать однозначный вывод, что область индустрии креативного досуга стала важной частью жизни населения Москвы разных возрастов, что несомненно повышает профессиональные требования к специалистам – организаторам досуга, которые должны быть готовы предлагать населению качественные, востребованные и актуальные социально-культурные рыночные продукты, экономическая ценность которых заключена в их интеллектуальных и культурных свойствах.



Рис. 3. Ведущие профессиональные качества специалистов в сфере креативного досуга

Результат анализа классификации, организации и содержания креативного досуга в учреждениях культуры и образования Москвы поставил перед кафедрой социально-культур-

ной деятельности Института культуры и искусств МГПУ задачи по диверсификации интерактивных технологий креативного досуга как в профессиональной подготовке бакалавров и магистров, так и в повышении квалификации специалистов предприятий индустрии креативного досуга. На кафедре разработана магистерская программа «Event-технологии в индустрии креативного досуга», которая внедряется в учебный процесс МГПУ в 2018-2019 учебном году. Для Института дополнительного образования МГПУ разработаны программы повышения квалификации специалистов учреждений культуры и педагогов дополнительного образования «Социально-культурные технологии в индустрии креативного досуга» и «Сценарно-режиссерские основы разработки эвент-проектов в индустрии креативного досуга».

В процессе взаимодействия вуза и учреждений культуры преподаватели кафедры социально-культурной деятельности получили возможность совершенствоваться и развивать у обучающихся профессиональные компетенции: инновационные, проектные, технологические, креативные и маркетинговые.

Одной из задач такого сотрудничества является участие руководителей учреждений культуры в осуществлении профессиональной подготовки

кадров: включение их в состав комиссии Государственной итоговой аттестации, привлечение к проведению учебных занятий и мастер-классов непосредственно на предприятиях индустрии креативного досуга (культурный центр «Онежский», творческий центр «Москворечье», центр внешкольной работы «На Сумском» и др.), организация производственной практики студентов. Положительным результатом прошедшего учебного года стали разработанные и внедренные в индустрию креативного досуга студенческие event-проекты, в которых с удовольствием участвовали жители Москвы разных возрастов: социокультурный проект по патриотическому воспитанию подростков в условиях образовательного учреждения «Мы помним! Мы гордимся!» (ДК «Рублево»), event-проект «Спасибо, Азбука!» (в Университетской школе), культурно-просветительский проект «ДомикPRO» (реализован на базе ГБУК г. Москвы «Парк Победы»), кофейно-чайная библиотека «PRO чай», социокультурный проект театрального фестиваля «Окна» для людей «третьего возраста» (парк «Кузьминки»), проектирование муниципального конкурса детского и подросткового творчества «Наши достижения. Лосинка рулит» и др.

Включение руководителей учреждений досуга в процесс профессиональной подготовки студентов расширяет возможности дальнейшего трудо-

устройства выпускников бакалавриата и магистратуры Института культуры и искусств МГПУ в лучшие учреждения культуры и образования Москвы.