

10. Yaroshenko N.N. *Sotsial'no-kul'turnaya animatsiya [Socio-cultural animation]*. Moscow, Moscow State University of Culture and Arts Publ., 2005. 126 p. (In Russ.).
11. Dumazedier J. *Revolution culturelle du temps libre. 1968-1988*. Paris, Meridiens Klincksieck Publ., 1988. 312 p. (In France).
12. Dumazedier J. *Vers une civilisation du loisir? Éditions du Seuil*. Paris, 1962. 319 p. (In France).
13. Hommage à Joffre Dumazedier Itinéraire d'un humaniste. *La Lettre de Peuple et Culture*. Numéro 27, Décembre 2002. Tiré à part. 28 p. (In France).

УДК 379.8

ПРОСТРАНСТВЕННО-ТЕМПОРАЛЬНЫЕ И СИМВОЛИКО-КОММУНИКАТИВНЫЕ УРОВНИ ПРАЗДНИЧНОЙ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ДОСУГОВЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ МОЛОДЕЖИ

Хайруллина Анастасия Александровна, преподаватель, кафедра социально-культурной деятельности, Казанский государственный институт культуры и искусств (г. Казань, РФ). E-mail: vinogorova@mail.ru

В статье анализируются методологические аспекты реализации пространственно-темпоральных и символично-коммуникативных уровней праздничной культуры; выявляются основные направления реализации пространственно-темпоральных и символично-коммуникативных уровней праздничной культуры; раскрываются основы использования ресурсов современного социально-культурного пространства в формировании досуговых потребностей молодежи средствами праздничной культуры; анализируются ключевые проблемы организации праздников для молодежи; обосновываются инновационные компоненты реализации праздничной культуры; раскрывается основная проблематика формирования досуговых потребностей молодежи в условиях праздника. Автор использует социально-культурную практику праздничного агентства «Артист» г. Казани. Статья расширяет методическую и организационную сферы организации праздников для молодежи в условиях привлечения механизмов педагогического и социокультурного сопровождения развития досуговых потребностей молодежи. Автор раскрывает социокультурные перспективы базовых технологий организации праздников. Актуальность данной темы определяется необходимостью поиска новых концептуальных подходов, изучением структуры досуговых потребностей молодежи, на основе которых проектируется социально-культурная модель праздника. На основании проведенного исследования автор делает вывод, что использование ресурсов пространственно-темпоральных и символично-коммуникативных уровней праздничной культуры в формировании досуговых потребностей молодежи связано с широким спектром новых возможностей социокультурной среды и новыми социальными ожиданиями молодежи, на которые влияют социально-культурные и экономические тенденции развития общества. Также автор отмечает, что трансформация запросов молодежи в области организации праздников формирует новые коммерческие вызовы современности, стимулируя использование конкурентноспособной системы в организации досуга молодежи; активно развивается рынок услуг и сервисов праздничной культуры с применением новых технологий, опережающим обновлением и с задачами перспективного развития в этом направлении.

Ключевые слова: праздник, праздничная культура, пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры, досуговые потребности, социально-культурная деятельность, молодежь, досуг, социально-культурное пространство.

SPATIAL-TEMPORAL AND SYMBOLICO-COMMUNICATIVE LEVELS OF FESTIVE CULTURE IN FORMING THE YOUTH'S LEISURE NEEDS

Khayrullina Anastasiya Aleksandrovna, Instructor, Department of Social and Cultural Activities, Kazan State Institute of Culture and Arts (Kazan, Russian Federation). E-mail: vinogorova@mail.ru

The article analyzes the methodological aspects of the implementation of spatial-temporal and symbolico-communicative levels of the festive culture; the main directions of realization of spatial-temporal and symbolico-communicative levels of festive culture are revealed; the basics of using the resources of the modern socio-cultural space in the formation of leisure needs of youth with the means of festive culture are revealed; key problems of organization of holidays for youth are analyzed; innovative components of realization of festive culture are grounded; the main problems of the formation of leisure needs of youth in the conditions of the holiday are revealed; the article uses the socio-cultural practice of the celebratory agency "Artist" in Kazan; the article expands the methodical and organizational spheres of organization of holidays for youth in the context of involving the mechanisms of pedagogical and socio-cultural support for the development of leisure needs of youth; the article reveals the socio-cultural perspectives of basic technologies for organizing holidays. The relevance of this topic depends on the search for new conceptual approaches, the study of the structure of leisure goals for young people, on the basis of which a socio-cultural holiday model is projected. Based on the conducted research, the author concludes that the use of resources of spatial-temporal and symbolico-communicative levels of festive culture in the formation leisure needs of young people with a wide range of new opportunities for the socio-cultural environment and new social expectations of young people affected by social-cultural and economic trends of the development of society. And also notes that the transformation of youth's requests in the field of organization of holidays forms new commercial challenges of the present, stimulating the use of a competitive system in organizing the leisure for young people. The market of services and services of festive culture is actively developing with the use of new technologies, ahead of update and with the tasks of long-term development in this direction.

Keywords: holiday, festive culture, spatial-temporal and symbolico-communicative levels of festive culture, leisure needs, socio-cultural activities, youth, leisure, social and cultural space.

Пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры – это интеграция различных художественных, эстетических идей и сценарно-режиссерских направлений организации праздника, обеспечивающих системой накопленных идеализированных представлений о сущности праздничного действия на основе ценностей человеческой культуры в условиях реализации массового действия.

Актуальность данной темы определяется необходимостью поиска новых концептуальных подходов, изучением структуры досуговых потребностей молодежи, на основе которых проектируется социально-культурная модель праздника. Большое значение в процессе изучения потребностей молодежи имеют составляющие фоновые значения ассоциативного ряда праздничного действия. Так, известный культуролог М. А. Ариарский отмечает, что одним из высших проявлений человеческого досуга на уровне

общественных, общекультурных потребностей является праздничных досуг, означающий такую организацию масс, которая в отличие от зрелища основывается не только на восприятии, но и на активном действии. Она связана с самыми различными формами самовыражения, включает в себя позитивное отношение людей к тем или иным датам, событиям, традициям. Быть на празднике – значит активно участвовать в массовом действии, которое основывается на сопереживании и совместных действиях большой общности людей. По его мнению, досуг не может быть свободен ни от социального влияния, ни от моральной ответственности перед обществом [1].

Картина культурного самоопределения молодежи развивается сегодня в двух важных направлениях – это социальная активность и духовно-нравственное саморазвитие. Праздники в этом аспекте – это та сфера, которая позволяет интегративно и гармонично соединить эти два направле-

ния. Проведение праздников для молодежи имеет свои особенности: во-первых, они имеют развивающий характер, должны быть интересными по форме, во-вторых, молодежь привлекают праздники, оригинальные по содержанию и концептуальные по структуре реализации. Молодые люди, участвующие в праздничных мероприятиях, стремятся максимально расширить свои творческие возможности, проявить индивидуальность, продемонстрировать свои способности и культуру самореализации.

Праздничная культура связана со многими культурными механизмами организации праздничного действия, которые базируются на традициях, нравах, обычаях, языке, ценностях своего народа, его национальной культуре, в том числе культуре общения, государственных праздниках, с опорой на новые способы поведения и деятельности людей в креативно-информационную эпоху, с использованием воспитательного и культурного пространства праздника благодаря его уникальной и пространственно-временной событийности. Приобщение к традициям и ценностям мировой праздничной культуры происходит на основе чувствования природных, социальных, культурных событий, а также опыта творческой деятельности в подготовке и реализации праздника, обогащения опыта творческой деятельности в использовании различных средств организации праздника.

Праздничная культура – это интеграция церемониального, сюжетного, ритуального и сценарного продукта культурной деятельности на основе проигрывания социально-культурных универсальных и уникальных социальных схем, имеющих художественную, творческую, компенсаторную, развлекательную, релаксирующую и рекреационную направленность на личность в процессе организации различных праздников. Сегодня праздничная культура, на наш взгляд, базируется на особенной символике, соотношенной с современными социокультурными тенденциями, для этой символики важно использование различных языков информации, а также новых символических и церемониальных действий. Праздничная культура – это комплекс атрибутов праздничной направленности, а также различные формы ее реализации на основе интеграционных систем праздничной коммуникации. Это связано со структурной дифференциацией различного

рода средств праздничной культуры – социальных, функциональных, обрядовых, действенных, традиционных, инновационных, классических, креативных, стихийных, регулятивных, стандартизированных.

Современное социально-культурное пространство формирования досуговых потребностей молодежи средствами праздничной культуры должно базироваться на следующих теоретико-методологических позициях: использование полноправных возможностей субъекта социального культурной деятельности в вопросах определения формы, необходимой информации, цели, направления праздничного мероприятия; реализации деятельности актеров, режиссеров, ведущих, певцов, танцоров, сценаристов-постановщиков и прочих представителей творческих профессий, работающих в системе организации праздников; реализация различных направлений деятельности по организации отдыха и развлечению; зрелищно-развлекательная деятельность.

Деятельность по организации и постановке театральных и танцевальных представлений, концертов, сценических выступлений, режиссура массового действия обеспечивается использованием основ культурной политики сегодняшнего дня на основе реализации популярных форм праздничной культуры, создания качественных сценариев и осуществления режиссерско-постановочной работы в условиях организации праздничных, презентационных, зрелищных мероприятий. Так, на базе агентства «Артист» г. Казани проектируется режиссирование театрализованных представлений и праздников, массовых праздников, которые позволили выйти на особый сегмент рынка. Сегодня в системе праздников предлагаются следующие виды: большое количество интерактивных шоу и номеров оригинального жанра, праздники с использованием вокальных, танцевальных номеров, анимационные проекты для детей и взрослых, корпоративные мероприятия, тимбилдинги, детские программы, мастер-классы, квесты, презентации, клубная анимация, шоу-анимация.

Использование современных социально-культурных технологий организации праздников реализуется на основе социального заказа на молодежные мероприятия: художественно-игровые и информационно-развлекательные программы, праздники профессиональной направленности,

молодежные гуляния, спортивно-массовые праздники, эстрадные представления, интерактивные шоу, тематические шоу, квесты, перфомансы, мастер классы, форумы.

Праздничная культура сегодня нами рассматривается как комплекс развивающих форм празднично-обрядовой и игровой культуры, зрелищно-развлекательной и психологической разрядки, рекреативной и эстетической системы усвоения ценностей культуры, воплощения различных направлений художественного, сценарно-постановочного, актерского и социального мастерства. На наш взгляд, формирование досуговых потребностей молодежи средствами праздничной культуры – это сложный процесс индивидуализации личности в системе духовно-эстетической деятельности, в условиях значимого культурного пространства, вовлечения личности в последовательный процесс социализации и инкультурации, раскрытие достижений национальных и региональных культур в условиях ценностных действий человека, имеющих символическую форму выражения. Каждый праздник имеет свою символику, идею и различные художественные средства воплощения этой идеи.

В. Н. Крылова считает, что праздники представляют собой особое явление в культурной жизни любого народа, обеспечивающее преемственность, духовную связь между поколениями. Праздники оказывают решающее влияние на формирование мировоззрения, чувства национальной идентичности, патриотизма. Праздничная культура выражает ценностные ориентации различных групп населения, а также служит отражением особенностей исторического развития государства [4].

В докторской диссертационной работе В. П. Исаенко отмечено, что праздничная культура – это социодинамическое явление, возникшее на ранних стадиях развития общества в результате ценностно-адаптационной ориентации людей по предметному и социальному освоению мира, при котором обнаруются, закрепляются и передаются другим поколениям человеческие ценности, выраженные в мифотворчестве. «Содержанием праздничной культуры являются события, отражающие социальный концепт данного периода жизни людей. Доминирующие в настоящий исторический момент ценности изменяют

структуру и содержание празднично обрядовых форм, а значит, и меняют опыт праздничной жизни людей» [3, с. 8].

Необходимо отметить, что трансформация запросов молодежи в области организации праздников формирует новые коммерческие составляющие, стимулируя использование конкурентноспособной системы в организации досуга молодежи. Активно развивается рынок услуг и сервисов праздничной культуры с применением новых технологий, современных ресурсов и с задачами перспективного развития в этом направлении. Рассматривая привлечение праздничной культуры как ресурса развития досуговых потребностей молодежи можно отметить, что инновации в сфере организации праздника неотделимы от творческого процесса и связаны с деятельностью, объединяющей социально-культурные новшества в социально-культурной, творческой и экономической сферах. Инфраструктура современного праздника базируется на интеграции различных материальных и нематериальных ресурсов и разноразличных творческих сценарно-режиссерских программ.

Формирование досуговых потребностей молодежи связано с развитием социально-культурного творчества, повышением фактора социальной ценности свободного времени, последовательным вхождением личности в удовлетворение своих потребностей в досуговое время. В связи с этим обозначим пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры в формировании досуговых потребностей молодежи:

- использование актуальных потребностей социума;
- применение гибких и вариативных технологий сценарно-режиссерской работы;
- опора на значимость праздничного события для общества;
- реализация уникальной формы символического праздничного мировоззрения современного человека;
- мировоззренческий и идейный концепт праздника оказывает влияние на социокультурное развитие молодежи;
- применение интегративных возможностей праздничного действия;

- совокупность игровых, творческих и познавательных элементов праздничной культуры составляют темпоральную канву праздника;

- системно-событийная направленность праздника обеспечивает развитие культурных потребностей молодежи в организации своего свободного времени;

- цикличность организации праздников связаны с символическими атрибутами и формами его организации.

На формирование досуговых потребностей молодежи в контексте развития их креативности и инновационных форм деятельности влияют наиболее перспективные направления, которые позволяют решить заявленную проблему: моделирование социально-культурной идентичности личности в системе праздников, реализация пространственно-временного континуума в праздничной культуре Татарстана, использование социокультурных ресурсов в системе онтологии социально-культурной деятельности на основе привлечения категориального аппарата празднично-постановочных моделей, опыт использования религиозных праздников в системе формирования досуговых потребностей молодежи.

Пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры связаны с культурным мировосприятием личности, с качеством развития ее ценностных установок, с умениями налаживать социальные связи по вертикали. Данные уровни реализуются по следующим направлениям:

- социальное направление: развитие досуговых потребностей молодежи связано с возможностью выбора видов досуговой деятельности и развитием социокультурных интересов и духовно-нравственных предпочтений;

- эстетическое направление: пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры связаны с эстетикой пространства и эстетическими категориями;

- культурно-ресурсное направление: пространственно-темпоральные и символично-коммуникативные уровни праздничной культуры связаны с региональными, финансовыми, территориальными и средовыми ресурсами.

Так, О. Л. Орлов отмечает, что концепция праздника как историко-культурного феномена

выполняет важнейшие функции в системе жизнеобеспечения человека и общества. Он выступает эффективным средством включения человека в социум и мир культуры, является фактором стимулирования творческой активности людей, механизмом формирования национально-культурной идентичности его участников: как социальное явление праздник способствует общественной солидарности и этнокультурной интеграции, является инструментом идеологического влияния и действенным механизмом структурирования культурной жизни [5].

В работе Е. А. Гужа за основу представлений о природе эстетических явлений берется теория эстетической коммуникации, опирающаяся на идею неопределенности смыслового содержания структуры эстетического сообщения, которая обуславливается историческим контекстом и культурной идеологией. Среди основных форм эстетического познания Е. А. Гужа выделяет следующие: эстетический опыт, эстетика существования, эстетическая вербальная и визуальная коммуникация [2].

В агентстве «Артист» используются различные виды постановочных решений организации праздников. Например, «Мимы» – это эстетический, тонкий, благородный, стильный праздничный номер. Пантомима всегда была особым жанром. Мимы работают экспромтом, это всегда оригинально и с тонким юмором. Образы мимов могут быть различными – французский, итальянский, Чарли Чаплин, Врач, Матрос, Бродяга, Фокусник, мим-клоун. Мимы подражают с помощью языка жестов, пластики, мимики и делают это на высоком эстетическом уровне пластикой движения, выражением эмоций, танцевальными элементами, поэтому интересны для понимания любого человека. Данный праздничный номер рассматривается нами в двух плоскостях – философско-эстетическом и культурологическом. Действия мимов – это всегда тонкая философия жизни, скрытый смысл, который необходимо угадать, испытывая при этом разнообразные эстетические чувства и праздничные эмоции. Мимы – это культурологический модус эстетического познания, аспект социального и комического, особый эстетический феномен, позволяющий расширить эстетическую культуру личности в сторону социальных ценностей.

Другое праздничное действо – «Живые статуи» – направлено на эстетическое восприятие гостей образами оживающих скульптур. «Живыми статуями» являются известные исторические персонажи, медийные персоны или просто символы времен и эпох, герои специально придуманного для молодежи мероприятия. Целью таких праздничных действий является организация социально-культурного пространства с конкретной исторической ценностью, которая оперирует также такими маркетинговыми категориями как «праздничное время», «праздничное пространство», «праздничная свобода» и «праздничное мироощущение». Данные категории сегодня имеют экономическую стоимость и цену, так как являются рыночным продуктом. «Статуя Свободы», «Рабочий и Крестьянка», «Палящий ангел», «Америка-20-х», «Принцесса Сююбике и Иван Грозный» – это художественные композиции, имеющие культурное значение, они наполняют пространство праздника особым содержанием: историческим и культурно-смысловым. Представленные действия направлены, в первую очередь, на удовлетворение потребностей молодежи в эстетических впечатлениях, в формировании установок понимания ценности исторических персон и эпох, их олицетворяющих. Праздники сопровождаются историческими одами, стихами и песнями.

Досуговые потребности молодежи опираются на целый спектр новых возможностей праздничной культуры – это и мастер-классы ведущих специалистов социокультурной сферы, и тематические шоу, использование праздничных досуговых программ с целью расширения познавательных способностей личности, игровые праздничные программы. Современные социокультурные тенденции организации праздников предусматривают большой спектр использования новых технических средств, креативных технологий и техник общения молодежи в условиях празднования какого-либо события. Все это сочетается с использованием новейших игровых технологий, позволяющих сочетать тематику праздника с игрой. Игровые моменты в условиях праздника – важный элемент организации досуга молодежи.

Использование праздничных программ имеет целью расширение досуговых потребностей

молодежи с опорой на их стремление к новым, свежим впечатлениям, а также с опорой на их потребностную структуру личности, имеющую мотивационные направления – учет мотивации участия в празднике и решение проблем социальной адаптации молодежи в социуме. Вариации социально-культурных и досуговых ресурсов социально-культурного пространства, на основе которых базируется методологическая основа досуга, обеспечиваются добровольностью участия в празднике, а также принципом творчества и соучастия в празднике, проявления своей индивидуальности и коммуникативных способностей.

Важным принципом здесь выступает принцип взаимообусловленности праздничной культуры и ценностей социума: праздничная культура должна отвечать современным социокультурным тенденциям развития общества и быть связанной с инновациями в сфере культуры, базироваться на ее достижениях, использовать современный материал, способствовать формированию личности в системе культурных инноваций и продуктов широкого культурного сценарного воплощения, имеющих различные формы – от интерактивных шоу до анимационных праздничных программ. Необходимо, чтобы этот принцип включал технические, методические и сценарно-режиссерские технологии, адекватные молодежному возрасту и предлагающие креативные идеи. *«Cuba Libre», «Банда Хо-Хо-Хо», «Шоу «Мулен Руж», «Морской переполох», «Лучшие парни нашей Страны!»* – это креативные номера, входящие в состав праздников для молодежи. Их постановкой занимаются специалисты агентства «Артист», умеющие осуществлять музыкальное оформление театрализованного представления, создавать проекты и предъявлять их публике, способные не просто осуществлять монтаж музыкального материала, а интегрировать его в систему мультимедийных технологий, технических новшеств и использовать средства по направлению event. Современные технологии организации праздников должны соответствовать высокому мировому уровню и расширяться за счет новой культуры организации праздничных мероприятий для молодежи:

- использование законов событийного маркетинга;
- организация времени;

- расширение рынка корпоративных праздничных мероприятий;
- продуманное техническое оснащение праздника;
- поиск новых инновационных тем;
- владение технологиями дизайна, 3D-технологиями, совмещение креативного ряда в опыте технического воплощения праздника.

Основные трудности расширения сферы досуговых потребностей молодежи определяются новыми культурно-смысловыми системами их развития, а также новыми экономическими тенденциями, сохраняющими основные традиции организации праздников и включающие новые. В последние годы заметно увеличилось количество мероприятий, связанных с новыми общественно-культурными площадками, использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», ростом числа коммерческих агентств и компаний, занимающихся организацией праздников и реализующих проекты в сфере досуга и отдыха, что отвечает интересам молодежи и способствует привлечению в эту сферу инвестиций. Обеспечение инновационного, опережающего характера развития системы праздничной культуры

связано также с технологиями поиска и поддержки талантов среди молодежи, ориентации молодежи на социальные и творческие инициативы, реализации позитивного потенциала молодежных субкультур, развития спектра праздничных программ в сторону грантов, конкурсов, смотров, различных сфер перспективной культурно-праздничной индустрии, опорой на праздничные сервисы различного вида.

Итак, культура организации и технология использования ресурсов пространственно-темпоральных и символично-коммуникативных уровней праздничной культуры в формировании досуговых потребностей молодежи связана с широким спектром новых возможностей социокультурной среды и новыми социальными ожиданиями молодежи, на которые влияют социально-культурные и экономические тенденции развития общества. С этих позиций праздник обладает новыми возможностями, расширяющими кругозор молодежи, интеллектуальную и познавательную активность личности, менталитет, а также дает возможность не только отдыхать, но и устанавливать новые социальные и коммуникативные связи с окружающим миром и людьми.

Литература

1. Ариарский М. А. Прикладная культурология. – СПб.: Эго, 2001. – 2-е изд., испр. и доп. – 288 с.
2. Гужа Е. А. Эстетика повседневности в современной культуре: мода и стиль жизни: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2017. – 26 с.
3. Исаенко В. П. Социодинамика праздничной культуры русского народа // Человеческий капитал. – 2012. – № 3 (39). – С. 8–10.
4. Крылова В. Н. Проблемы и перспективы современной российской праздничной культуры // Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. – 2015. – № 4–1. – С. 43–47.
5. Орлов О. Л. Российский праздник как историко-культурный феномен: дис. ... д-ра культурологии. – СПб., 2004. – 450 с.

References

1. Ariarskiy M.A. *Prikladnaya kul'turologiya [Applied Culturology]*. St. Petersburg, Ego Publ., 2001. 288 p. (In Russ.).
2. Guzha E.A. *Estetika povsednevnosti v sovremennoy kul'ture: moda i stil' zhizni: avtoreferat dis. kand. filos. nauk [Aesthetics of everyday life in modern culture: fashion and lifestyle. Author's abstract of Diss. PhD in Philosophy]*. Moscow, 2017. 26 p. (In Russ.).
3. Isaenko V.P. *Sotsiodinamika prazdnichnoy kul'tury russkogo naroda [Socio-dynamic of festive culture of Russian people]. Chelovecheskiy kapital [Human capital]*, 2012, no. 3 (39), pp. 8-10. (In Russ.).
4. Krylova V.N. *Problemy i perspektivy sovremennoy rossiyskoy prazdnichnoy kul'tury [Problems and prospects of the modern Russian festive culture]. Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv [Bulletin of the Kazan State University of Culture and Arts]*, 2015, no. 4-1, pp. 43-47. (In Russ.).
5. Orlov O.L. *Rossiyskiy prazdnik kak istoriko-kul'turnyy fenomen: dis. doktora kul'turologii [Russian holiday as a historical and cultural phenomenon. Diss. Dr of Culturology]*. St. Petersburg, 2004. 450 p. (In Russ.).