

Место музея в структуре досуговых практик населения Беларуси

Смыкова Евгения Юрьевна

Аспирант

Институт социологии НАН Беларуси, Аспирантура, Минск, Беларусь

E-mail: evgsmukova@gmail.com

Тенденции современного общества, которые обусловлены в большинстве случаев глобализационными процессами, затрагивают все без исключения сферы, в том числе и сферу культуры. Значимость культуры в целом и ее социокультурных институтов, таких как библиотеки, театры, кинотеатры, музеи особенно актуализируется в условиях современности, когда перед обществом ставятся вопросы сохранения преемственности поколений, культурной самоидентификации личности, трансформации мировоззренческих оснований. Принципиально важное место в решении обозначенных проблем отводится музеям, опирающимся в своей деятельности на уникальные ценности.

В нынешних условиях, интенсивное развитие рыночных отношений диктует необходимость музеям наряду с традиционными функциями выполнять функции принципиально иного порядка - «зарабатывания» средств. Более того, существование альтернативных форм проведения досуга актуализирует конкуренцию среди социокультурных институтов, в том числе и музеев, за посетителя. В связи с чем, перед музеями ставятся вопросы разработки новых направлений, форм работы с посетителями, организации процесса нахождения их в учреждении.

На сегодняшний день по большей части, предпочтения населения Беларуси связаны с домашними формами досуга (*home-based leisure activity*). Подобного рода факт подтверждается данными социологического опроса, согласно которому отдыхают дома 82,1% респондентов. Другие досуговые практики населения распределились следующим образом: походы в гости (59,6%), выезд на природу (55,0%), занятие хобби (47,1%)[1]. Особым пунктом в иерархии досуговых предпочтений следует выделить такую форму времяпрепровождения как проведение досуга в Интернете (47,3%), по сравнению с 2013 годом данный показатель увеличился на 18,4%. Около одной пятой части респондентов стремится в свободное время посетить учреждения культуры и спорта. В меньшей мере опрошенные проявляют интерес к самообразованию (14,1%) и участию в мероприятиях, проводимых общественными или политическими движениями/организациями (7,4%)[2].

Интересы современного посетителя при выборе социокультурных институтов смещаются в большей мере в сторону развлекательных учреждений. Так, 76,8% опрошенных предпочитают проводить досуг в парках отдыха/парках с аттракционами. Чуть ниже доля тех, кто выбрал кинотеатр (55,8%), концертный зал (54,0%), театр (50,6%). Музеи же при всем многообразии форм работы, направлений деятельности только 48,4% населения рассматривается в качестве востребованного способа проведения досуга. Обусловлено это, как правило, в силу сложившегося стереотипа в обществе о музее как о достаточно традиционном, консервативном учреждении, не способного приспособливаться к изменяющимся современным условиям. Более того, это позволяет констатировать о наличии противоречия между мероприятиями, организуемыми музеями на основе имеющего культурно-исторического потенциала, и запросами посетителей. Поэтому существенным для музеев выступает готовность своевременно реагировать на актуальные запросы и предпочтения музейной аудитории, путем активного внедрения интерактивных, развлекательных компонентов и т.д. Результатом подобного рода мероприятий является создание позитивного имиджа музея как многофункционального учреждения (образовательного, информационного, развлекательного), сочетающего в себе элементы традиционности и современности

одновременно.

[1] В качестве эмпирической базы выступали результаты социологического исследования, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в 2015 году. Объем выборочной совокупности составил 1498 человек.

[2] Сумма вариантов ответов превышает 100%, поскольку респонденту предоставлялась возможность выбрать несколько вариантов ответа.