

лидерских качеств были названы высокие моральные качества (23,1 %), образованность, трудолюбие, организованность (21,5 %), стрессоустойчивость (13,2 %). Становится очевидным понимание того, что во многом лидерские качества комплексно и целостно развиваются в результате активного участия во внеучебной деятельности, в процессе работы над собой, а не являются лишь сопутствующим результатом внутренней харизмы личности.

Как мы видим, назрела потребность не просто в изучении роли молодежного лидера, будущего управленца, а в разработке программ и проектов, участвуя в которых формируется социально активная личность с лидерской позицией. Именно таким молодым людям общество доверяет и вверяет указывать путь в духовном, нравственном, эстетическом, физическом развитии подрастающему поколению.

Эффективная организация внеучебной деятельности с будущими управленцами, направленная на выполнение лидерских функций, на наш взгляд способствует формированию профессиональных управленческих качеств, самостоятельного критического мышления и всестороннему развитию личности.

Помня о том, что практика является основой развития теории, можно сделать вывод: осуществление качественной подготовки специалистов предполагает включение в модель внеучебной деятельности инновационных форм работы со студентами.

При подготовке молодых специалистов к руководящей деятельности важно включать во внеучебную работу такие формы, которые были бы направлены на формирование лидерского потенциала для дальнейшей успешной управленческой деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. Беликова, Л. Ф. Отношение студентов к внеучебной деятельности в вузе / Л. Ф. Беликова // Социол. Исследование. – 2000. – № 6. – С. 51–57.
2. Джуэлл, Л. Индустриально-организационная психология. Учебник для вузов. /Л.Джуэлл – СПб.: Питер, 2001. – 720 с.
3. Кирсанов, М.В. Лидерский потенциал антикризисных управляющих: автореф. дис. ... канд. псих. наук: 19.00.05 / М.В. Кирсанов. – М., 2003. – 25 с.
4. Ковзиридзе, М. А. Формирование профессиональной мотивации студенческой молодежи (социально-технологический аспект) / М. А. Ковзиридзе; Ин-т социол. РАН. – М., 2011. – 27 с.
5. Совершенствование деятельности госорганов и организаций в реализации молодежной политики Республики Беларусь. Материалы республиканского семинара-практикума / Редактор Т.В.Примаченок. – Минск: Национальный институт образования, 2018. – 92 с.

## **ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ СПРОСА ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ В СРЕДЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ БЕЛАРУСИ**

*П.А. Литвинов*

*УО «Белорусский государственный экономический университет», г.Минск*

Молодежная политика Республики Беларусь в последнее время столкнулась с осознанием нового вызова – традиционные модели воспитания идентичности, гражданского самосознания и патриотизма, сформированные в течение последних десятилетий, перестают не только быть эффективными, но и крайне быстро теряют свою актуальность для современной молодежи. В связи с этим все более остро встает вопрос изменения подходов в стратегическом планировании молодежной политики. Недооценка данной проблемы может привести к существенному увеличению мировоззренческой дистанции между поколениями и разрыву репродукции культурного кода белорусской нации, что, соответственно, вызовет

ценностный дисбаланс в обществе, чреватый социально-политическими флуктуациями. Современная международная политическая обстановка характеризуется чрезвычайной нестабильностью и неспособностью к устойчивости многополярного мира. В этих условиях отсутствие адекватного проектирования социальных коммуникаций неизбежно приведет к необратимым политическим бифуркациям с угрозой государственности [1].

Основной причиной складывающегося положения является быстрая смена технологических укладов в последние десятилетия, вызванная постоянно ускоряющимися темпами научно-технического прогресса. На протяжении последних 80 лет (фактически в течение жизни одного поколения) произошла беспрецедентная последовательная смена от III к VI технологическому укладу. В сочетании с последствиями демографического взрыва, а также фактора демографического маятника, то есть чередование периодов репродуктивного упадка с периодами подъема рождаемости, смена технологического уклада относительно коррелирует со сменой поколения. Так называемые поколения X, Y и Z (X – 1965-1980 гг., Y – 1980-2000 гг., Z – 2000-н.в.) хронологически приблизительно соответствуют периодам смены от 4-го к 6-му технологическому укладу. При этом первопричиной формирования шестого технологического уклада принято считать резкое увеличение роли информационных инновационных технологий в социально-экономических процессах и, в связи с этим, роли на рынке труда специалистов, владеющих соответствующими компетенциями, одной из которых, и при этом ключевых, является отнесение к интернальному типу людей (достижения человека являются закономерными следствиями его собственной деятельности), обладающих способностью к новаторству [2].

Такие быстрые темпы социодинамических процессов негативно сказываются на ценностной устойчивости общества модерна. Каждое новое поколение вырабатывает ценностные характеристики картины мира, часто радикально отличающиеся от характеристик предыдущего, и иногда антагонистичных. На европейской территории постсоветского пространства медианный возраст населения составляет 40 лет [3]. С учетом данного фактора, то есть стареющего населения, и сложившихся политических традиций с высоким возрастом высшего звена государственного управления налицо объективные причины сложностей стратегического планирования молодежной политики, заключающиеся в вышеуказанном увеличении мировоззренческой дистанции между поколениями X с одной стороны, и поколениями Y и Z с другой.

Описанная проблема в полной мере касается также сферы туризма и рекреации. Традиционно сфера досуга молодежи находилась под пристальным вниманием государства, поскольку являлась одним из важных инструментов формирования нравственно-этической картины мира.

Однако в последнее десятилетие под влиянием бурного развития социальных информационных коммуникаций и формированием информационного общества стартовали инновационные процессы в сфере досуга, кардинальным образом начала меняться сфера интересов молодежи. Компьютерные игры, социальные сети и медиа, ЗОЖ, бьюти индустрия и т.п. изменили подходы и понимание того, каким должны быть отдых и рекреация.

Рассмотрим данную тенденцию на примере культурно-познавательного туризма. Структура потребительского спроса в сфере экскурсионной деятельности постепенно меняется. Особенно разительная разница заметна при сравнении тематики организованных учебных экскурсий с неорганизованными и индивидуальными поездками культурно-познавательной тематики, которые демонстрируют трансформацию интересов и запросов данной группы населения. Падает интерес молодежи к военно-патриотическим, профориентационным, архитектурно-градостроительным, литературным, музейным и прочим экскурсиям, тематика которых является важной с точки зрения формирования ценностной картины у молодежи.

Характерной является ситуация с посещением музеев. Статистика фиксирует некоторые положительные тенденции. Так, при общем увеличении посещений, количество музейных экскурсий не имеет принципиального роста, показывая эпизодические спады: в

2010 г. – 102,9 тыс., 2012 г. – 135,3 тыс., 2013 г. – 132,4 тыс., 2014 г. – 124, 8 тыс., 2015 г. – 125,8 тыс., 2016 г. – 128,1 тыс. [4], что объясняется увеличением в общей структуре посещений удельного веса индивидуальных туристов, а, следовательно, демонстрирует рост их интереса к музеям, что укладывается в общемировой тренд.

Тем не менее, постепенный и в целом уверенный рост посещений музеев, который демонстрируют статистические материалы, не позволяет говорить об однозначно оптимистичном будущем музейного дела республики. Анализ музейного сегмента познавательного туризма показывает следующую закономерность – положительная динамика количественных показателей происходит не в целом по данному виду деятельности, а во многом за счет появления новых музеев или масштабной модернизации некоторых старых, что приводит к существенному увеличению числа посетителей. Как пример можно выделить реконструкцию Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны, после окончания которой в 2014 г. количество посетителей выросло с 225 тыс. чел в 2012 г. до 565,3 тыс. в 2017 г. В это же время во многих других музеях наблюдается спад числа посетителей, за которым иногда следует ликвидация некоторых из них. В частности, с 2013 г. общее их количество, с учетом открытия целого ряда новых музеев, сократилось с 162 до 159 [4].

Анализ показывает, что на развитие музейного дела важнейшее влияние в стратегической перспективе будет оказывать фактор смены поколений посетителей музеев и фундаментальной трансформации их интересов к культурному продукту и его качественным характеристикам. Следует учесть, что значительное количество организованных экскурсий в музеях представляют собой мероприятия в рамках учебно-воспитательного процесса в учебных заведениях республики с целью гражданско-патриотического воспитания детей и молодежи, которому в последние полтора десятилетия уделяется огромное внимание со стороны государства. Этот фактор не отражает реальный спрос детской и молодежной аудитории на посещение музеев, который как следует констатировать, традиционно остается низким. Поколения Y (миллениалов), и, в особенности, Z (цифровое поколение) демонстрируют кардинальную смену мировоззрения в применении к социально-экономическим и культурным процессам, глобализации, социальным медиа, имеют иной культурный код. Соответственно их мало привлекает традиционная репрезентация историко-культурного наследия, доминирующая пока, за редким исключением, в музейном деле Беларуси. Также следует учесть высокую мобильность этих поколений в современном глобализирующемся мире и, соответственно, фактор конкуренции впечатлений от зарубежных музеев с впечатлениями от белорусских. Особенно важным представляется это в свете уже сформированного международного тренда в развитии музейного дела со стратегической ориентацией именно на интересы современных детей и молодежи.

В частности, высокую посещаемость демонстрируют те музеи, которые стараются учитывать веяния времени и подвергаются масштабной модернизации. Изменения, которые претерпевают музеи, касаются как концептуальной составляющей, в рамках которой делается попытка трансформации традиционных подходов в репрезентации культурного наследия страны (например «Музей кота», Музей архитектурных миниатюр «Страна Мини» и др.), так и технологической. Под последней понимается масштабное внедрение информационных технологий. Успешность музея во многом связана с его адаптацией под современное информационное пространство, построенное на принципах интерактивности и динамического обновления информации. Для этого необходима разработка качественных сайтов музеев с мобильной версией; широкое использование онлайн-сервисов, повышающих доступность музея, таких как онлайн-гайды и оффлайн карты (например HelloMinsk, KrokApp, Guide by Triposo), а также интерактивные переводчики; использование возможностей мобильных приложений международного значения, таких как Google Maps, Booking.com, Google Translate, Foursquare, TripAdvisor и т.д.; расширение использования социальных сетей для продвижения музеев, в первую очередь Instagram, Facebook, ВКонтакте, Twitter. Также важно технологическое оснащение собственно музейных

экспозиций – использование сенсорных инфотерминалов, голографических 3D-инсталляций, туманных экранов, аудиогидов с широкой линейкой языков, шлемов виртуальной реальности, специальных браслетов для активации сервисов и перемещения между экспозиционными залами и локациями. Технологическое обновление музеев позволяет быстро нарастить молодежную, а также семейную и детскую аудиторию и стимулирует к повторному посещению музея одним и тем же посетителем.

Такая же картина наблюдается и в трансформации подходов к остальным видам досуга. Спортивный досуг изменяется под воздействием современного понимания ЗОЖ, что оттягивает внимание молодежи от игровых видов спорта к спортивному ориентированию, тематическим квестам, пейнтболу и лазертагу, активным экзотичным видам отдыха (дайвинг, рафтинг, вейкбординг, каякинг, маунтинбайкинг, х-гонки, сноуборд, скайсерфинг и многое другое). Познавательный и развлекательный досуг также претерпели под влиянием информационных коммуникационных технологий значительные изменения став во многом либо виртуальными, либо с привлечением технологий дополненной реальности. Невозможно назвать ни одну досуговую сферу, оставшуюся в стороне от влияния инноваций современного информационного общества.

Таким образом, необходимо понимание, что сохранение популярности любой досуговой деятельности и ее успешность в стратегической перспективе напрямую зависит от запросов и интересов целевой аудитории. Оптимальным форматом целей любой долгосрочной стратегии должно быть опережающее развитие. Ввиду этого при рассмотрении проблем и формировании молодежной политики страны на долгосрочную перспективу следует внимательно изучать характеристики будущих поколений, их интересы и поведенческую матрицу. На данный момент сложности адаптации туристическо-рекреационных услуг под интересы «цифрового поколения» Z являются экспериментальным кейсом для будущей трансформации молодежной политики в стране в целом.

#### **Список использованных источников**

1. Бойко, С.И. Концепция политических бифуркаций и проектирование устойчивых социальных коммуникаций / С.И. Бойко [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontseptsiya-politicheskikh-bifurkatsiy-i-proektirovanie-ustoychivyh-sotsialnyh-kommunikatsiy> – Дата доступа: 18.08.2019.

2. Демографический взрыв или конец истории? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rusmir.media/2017/06/05/vishnewski> – Дата доступа: 19.08.2019.

3. Культура Республики Беларусь, 2017: статистический сборник [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/kult/statisticheskie-izdaniya\\_2/index\\_7879/](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/kult/statisticheskie-izdaniya_2/index_7879/). – Дата доступа: 04.02.2019.

4. Полковников, С.А. Социодинамика как фактор формирования технологического уклада / С.А. Полковников [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sotsiodinamika-kak-faktor-formirovaniya-tehnologicheskogo-uklada> – Дата доступа: 18.08.2019.

### **ЭКСКУРСИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ.**

*О.В. Путеева*

*УО «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова», г.Витебск*

В современной Беларуси молодежная политика является одним из важнейших направлений развития государства, составляющей частью государственной политики