МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«Тверской государственный технический университет»**

**(ТвГТУ)**

Кафедра социологии и социальных технологий

**Учебное пособие**

**«Организация клубной деятельности»**

Тверь, 2017

**УДК 379.8(075.8)**

**ББК 77.2я7**

Учебное пособие для студентов академического бакалавриата обсуждено и рекомендовано к печати на заседании кафедры социологии и социальных технологий (протокол № от « » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.)

Рецензенты:

Алёшина И.Н. кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и социальных технологий ТвГТУ.

Мороз М.В. кандидат психологических наук, доцент кафедры социальной работы и педагогики ТвГУ.

Довгалёва И.В.

Организация клубной деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / И.В. Довгалёва. – Тверь. Издательство ТГТУ, 2017. – 80 с.

Данное пособие знакомит с организацией клубной деятельности как самостоятельной дисциплиной. В нем рассматривается состояние и тенденции развития различных видов и форм клубной деятельности; организационная структура клуба; история развития клубных форм социальной организации человека; принципы организации клуба и современные технологии организации клубной деятельности. Особое место уделяется основами социокультурного анализа различных типов клубной деятельности; технологией создания собственной репутации клуба, обеспечения коммуникации, формирования общественного мнения в отношении клуба; технологией планирования и программирования деятельности клуба.

Учебное пособие предназначено для преподавателей и студентов высших учебных заведений направления подготовки бакалавров 43.03.01 «Сервис», 39.03.01 «Социология», 38.03.03 «Управления персоналом».

 © Тверской государственный технический университет

 © Довгалева Ирина Валерьевна

## **СОДЕРЖАНИЕ**

## Введение..........................................................................................................4

## Глава 1. Клуб как социально-культурный феномен и его разновидности.................................................................................................6

## 1.1 Становление и развитие понятия «клуб»...............................................6

1.2 Структура клуба.......................................................................................10

1.3 Цели, задачи и функции клуба...............................................................17

1.4 Типология и классификация клубов......................................................21

*Контрольные вопросы и задания.................................................................*29

Глава 2. Клубное учреждение как коллективная форма организации досуга..............................................................................................................31

2.1 Понятие клубного учреждения и его отличительные черты...............31

2.2 Виды клубных учреждений и услуги предоставляемые ими..............32

2.3 Ресурсное обеспечение учреждений клубного типа............................38

2.4 Показатели эффективности клуба..........................................................45

2.5 Оказание услуг клубного учреждения и требования к услугам клуба................................................................................................................46

2.6 Организация работы клубных формирований......................................51

*Контрольные вопросы и задания...............................................................*..55

Глава 3.**Технологии организации клубной деятельности........................56**

**3.1 Формирование концепции клуба...........................................................56**

3.2 Технология создания репутации клуба.................................................60

3.3 Формы клубной деятельности как способ реализации содержания..64

3.4 Этапы организации культурно-массового мероприятия.....................68

*Контрольные вопросы и задания................................................................*.70

Глоссарий.......................................................................................................72

Приложения А...............................................................................................76

Список литературы.......................................................................................78

## **ВВЕДЕНИЕ**

## В последние десятилетия в России растёт потребность в развитии сервисных услуг в организации клубной деятельности и подготовки соответствующих специалистов в этой отрасли.

клубная индустрия сегодня направлена на удовлетворение разнообразных интересов и потребностей, на развитие спорта, поддержку науки и инноваций, благотворительные акции, культурные проекты, качественный досуг, то есть это формат, который помогает развивать социальную ответственность и тем самым формировать гражданское общество.

Клуб на современном этапе развития общества должен давать человеку что-то неповторимое и уникальное, чтобы мотивировать присоединение именно к этому сообществу.ак формы организации социально-культурной деятельности их количество растет и поэтому постоянно деформируются для удовлетворения потребностей посетителей. Это позволяет говорить о проблематичности становления и развития клубов как формы организации социально-культурной деятельности досуга.

## **Целью дисциплины является:**

## - формирование теоретических и практических основ организации клубной деятельности.

## **Задачами дисциплины являются:**

## - формирование представлений о состоянии и тенденциях развития различных видов и форм клубной деятельности; знания о значении и методахклубной деятельности,

- овладение современными технологиями клубного сервиса; знаниями организационной структуры и принципах организации клуба; умением разрабатывать инновационные проекты осуществления клубной деятельности;

- формирование способностей анализировать различные типы клубной деятельности; создания собственной репутации клуба, обеспечения коммуникации, формирования общественного мнения в отношении клуба.

**Предметная область дисциплины** включает изучение сервисных технологий в организации клубной деятельности.

**Объектом изучения** в дисциплине является организация клубной деятельности.

«Организация клубной деятельности» является дисциплиной, необходимой для профессиональной деятельности менеджера фирм и предприятий сервиса. Дисциплина «Организация клубной деятельности» является одной из важных профессиональных дисциплин подготовки специалистов по сервису. Она помогает расширить научный кругозор специалиста. Содержательно курс связан с такими дисциплинами, как «Организация рекреационный деятельности», «Гостиничный сервис», «Курортология», «Организация и планирование деятельности предприятий сервиса», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе» и др. Полученные в ходе изучения данной дисциплины знания влияют на формирование навыков организации процесса сервисных услуг.

Изучение дисциплины «Организация клубной деятельности» формирует у будущих специалистов сервисной деятельности ряд важных компетенций, без которых не могут обойтись выпускники высших учебных заведений, подготовленные в соответствии с современными требованиями практики и умеющими грамотно использовать знания и информацию в сервисной деятельности. Они должны:

**знать:**

* организационную структуру клуба;
* принципы организации клуба;
* состояния и тенденций развития различных видов и форм клубной деятельности;
* историю развития клубных форм социальной организации человека;

**уметь:**

* использовать современные технологии организации клубной деятельности;
* разрабатывать инновационные проекты.

**владеть:**

* основами социокультурного анализа различных типов клубной деятельности;
* технологией создания собственной репутации клуба, обеспечения коммуникации, формирования общественного мнения в отношении клуба;
* технологией планирования и программирования деятельности клуба.

Учебное пособие предназначено для студентов направления подготовки бакалавров «Сервиса», обучающихся по профилю «Социально-культурный сервис» научно-исследовательского и производственно-технологического вида деятельности, изучающих курс «Организация клубной деятельности».

**Глава 1. Клуб как социально-культурный феномен и его разновидности**

## **1.1 Становление и развитие понятия «клуб»**

Клуб – среда формирования культуры свободного времени здорового образа жизни.

Зарождение клубной деятельности наблюдалось ещё с античных времён. Люди, объединившись в группы, регулярно собирались в определённом месте и обсуждали вопросы, которые их интересовали, делились знаниями и опытом.

После эпохи Средневековья под словом «клуб» подразумевалась организация с членством, внесением платы, разделением общих интересов и следованием правилам группы.

В XVII – XVIII столетиях, когда в Европе распространились чай и кофе, стали появляться респектабельные общества, именуемые «джентльменские клубы».

К XIX веку сформировались клубы офицеров, адвокатов, а так же учёных. В это же время понятие клуб стало употребляться в отношении различных организаций, для которых общение не было главный целью, людей объединяли совместные интересы. Свободное время можно было проводить в шахматных, литературных, художественных и спортивных клубах.

Развитие клубной индустрии в России началось с XIX века. Именно с этого времени клуб становится не просто объединением людей, которое создано формально, а неким братством, основанным на единении интересов.

В советское время вывести определение клубу было проще, нежели сейчас, поскольку клубы формировались государством, и не наблюдалось особого разнообразия в клубной индустрии. Под воздействием трансформаций в обществе клубы XXI века стали нести на себе отпечаток современной культуры. В настоящее время дифференциация в клубной инфраструктуре привела к неизбежной необходимости выделения клубной формы организации досуга из множества других форм.

Значение клуба в современной жизни неуклонно растёт. Клуб является сложным социально-культурным явлением и имеет множество значений.

**Клуб** (от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%22%20%5Co%20%22%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *clob или club* через [нем.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%22%20%5Co%20%22%D0%9D%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) *club*) – место встречи людей с едиными интересами (деловыми, [познавательными](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81%22%20%5Co%20%22%D0%9F%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%81%D1%81), [развивающими](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D0%B1%D0%B1%D0%B8%22%20%5Co%20%22%D0%A5%D0%BE%D0%B1%D0%B1%D0%B8), развлекательными, [коллекционированием](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%22%20%5Co%20%22%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) и пр.), зачастую официально объединённых в [сообщество](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%22%20%5Co%20%22%D0%A1%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE), [организацию](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%22%20%5Co%20%22%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F) или [ассоциацию](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F_%28%D1%81%D0%BE%D1%8E%D0%B7%29%22%20%5Co%20%22%D0%90%D1%81%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%28%D1%81%D0%BE%D1%8E%D0%B7%29).

Клуб всегда был и останется социально-культурным институтом, центром досуговой деятельности.

Туев В.В. приводит трактовки понятия «Клуб» в «Оксфордском словаре».

Клуб – это:

1. Объединение или союз определённой массы людей.

2. Объединение для содействия какому-либо делу в целях его интенсификации.

3. Место встречи или собрание людей в таверне и ей подобном учреждении для неофициального общения.

4. Группа людей, собирающихся вместе.

5. Общество лиц, объединившихся на основе взаимных симпатий или общих интересов, увлечений, склонностей.

6. Организация людей, сформировавшаяся для объединения усилий по содействию какому-либо субъекту (в «Словаре» буквально – для промоушинга).

7. Ассоциация лиц, организованная главным образом для общественных целей и имеющая здание (или часть его), специально приспособленное исключительно для сбора и деятельности своих членов.

8. Здание или комната для деятельности такой организации.

9. Организация, создаваемая в поддержку деятельности, преимущественно политической, каких-либо партий (например, якобинские клубы во Франции).

10. Современное наименование древних организаций (например, древнегреческих гетерий или древнеримских коллегий) [11].

Показанное значение «клуба» отражено «Оксфордским словарём» в начале ХХ века, в современности ещё более разрослось и расширилось. Сохранив многие из прежних значений, оно обросло и новыми смысловыми оттенками. Здесь приведён перечень только некоторых значений понятия «клуб», которые часто употребляются в настоящее время наряду с традиционными.

1. Клуб как заочное объединение читателей на страницах газет, журналов, других периодических изданий (Клуб «Алый парус» на страницах «Комсомольской правды», «Клуб любителей бега» на страницах «Советского спорта», бизнес-клубы на страницах многих газет).

2. Клуб как очно-заочное объединение любителей и участников популярных телевизионных или радиопрограмм, передач, игр (Клуб «Что, Где, Когда?», «Клуб веселых и находчивых», «Клуб кинопутешественников» и т.п.).

3. Клуб как символическое объединение людей, достигших определённых показателей в каком-либо виде деятельности, преимущественно в спорте, искусстве, науке («Клуб Григория Федотова» для футболистов, забивших 100 и более голов в чемпионатах СССР, Клуб «500» для штангистов, поднявших этот вес (в килограммах) по сумме движений в двоеборье, клубы лауреатов творческих конкурсов и т.п.). Такие клубы тоже, как правило, создаются редакциями газет, журналов, любителями статистики, инициаторами морального стимулирования высоких спортивных, творческих и иных достижений.

4. Клуб как спортивная команда, в том числе и с инфраструктурой, способствующей ее деятельности (Центральный Спортивный Клуб Армии – ЦСКА, футбольный клуб «Спартак», футбольный клуб «Милан», футбольно-хоккейный клуб «Кузбасс» и т.д.). Младший спутник такой команды обычно называется «фармклуб».

5. Клуб как общественная организация (очень часто международная, межрегиональная), объединяющая учёных, политиков, деятелей культуры, сообща решающих глобальные проблемы человечества (Римский клуб учёных, ПЕН - клуб писателей и журналистов, Ротари-клуб деловых людей и специалистов).

6. Клуб как ассоциация руководителей, предпринимателей, банкиров, решающих вопросы оптимизации финансово-экономических отношений в мире (Парижский и Лондонский клубы финансистов).

7. Общество людей, как правило, одной демографической или профессиональной группы, организованное с целью удовлетворения в общении деловых, практических и досуговых интересов (женские, молодёжные, бизнес-клубы, «Клуб для тех кому за 30, 50» и т.д.).

8. Учреждение, организованное для отдыха и общения определенной категории населения (детский клуб, подростковый клуб, армейский клуб, «Клуб ветеранов» и т.п.)

9. Цикл просветительских, научно-познавательных, игровых культурно-досуговых программ, ориентированный на определенный контингент слушателей с выдачей им пригласительных билетов, абонементских книжек и т.д.

10. Курсы, школа или просто кружок, создаваемый для обучения каким-либо навыкам, знаниям, технологиям. Слово «клуб» их организаторам кажется более заманчивым, романтичным, демократичным.

11. Объединение поклонников известного артиста, спортсмена, спортивной команды, музыкальной группы, стихийно возникаемое и инициативно развиваемое в целях популяризации, поддержки (а иногда и сопровождения во время концертов, гастролей, соревнований) своих кумиров, так называемый фан-клубов.

12. Творческий коллектив, студия, ставящая своей целью культивирование и развитие в обществе определённого вида и или направления деятельности с одновременным изучением и освоением его в этом коллективе (клуб «Общение», Клуб «Леди-мода», «Молодёжный театр-клуб «Суббота», дискуссионный клуб и т.д.)

Обиходными значениями понятия «клуб» являются:

* «досуговая общность»,
* «объединение по интересам»,
* «место общения и отдыха»,
* «культурно-просветительное учреждение» и др.

Обычно клуб занимает определённое помещение и служит для регулярных встреч и общения своих участников. Сегодня существуют и [виртуальные](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%22%20%5Co%20%22%D0%92%D0%B8%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C) клубы.

Несмотря на явные социокультурные, а так же исторически-временные особенности клубов, обнаруживаются некие неизменные характеристики, которые дают возможность сформулировать определение клуба и выделить его особенности.

К формальным, т.е внешним признакам клубов следует причислить:

* регистрация клубов в официальных структурах;

- обязанность внесения регулярных членских взносов входящими в клуб людьми;

* аренда помещений клубами;
* наличие собственного устава;
* избрание руководства клуба;
* организация при клубах помещений для игры в бильярд, вышивания и тому подобное.

К внутренним признакам, которые составляют сущностные характеристики клуба, относятся:

* наличие субъектов, которые входят в сообщество;
* коммуникация;
* взаимодействие между этими субъектами;
* наличие частных интересов субъектов;
* локализованное социокультурное пространство.

Клуб в широком понимании – это государственное или общественное учреждение, либо частная социально-культурная организация, которая имеет или может иметь статус юридического лица, создана и функционирует на основе совместной профессиональной деятельности работников культуры или добровольного объединения граждан. Основная задача клуба как социально-культурного института заключается в развитии социальной активности и творческого потенциала населения, формировании культурных запросов и потребностей, организации разнообразных форм досуга и отдыха, создании условий для духовного развития и наиболее полной самореализации личности в сфере досуга. В соответствии со своими задачами и в порядке, установленном законодательством, клубу или любому иному объединению клубного типа предоставляется право совершения различного рода сделок и иных юридических актов, необходимых для осуществления деятельности: отчуждать, брать и сдавать внаём движимое и недвижимое имущество, иметь счета в банковских учреждениях, гербовую печать, фирменные бланки и другие реквизиты, выступать в качестве истца и ответчика в судах и арбитражах, а также иметь свои издания и участвовать во всякого рода предприятиях и акциях социально-культурного, досугового характера.

Иногда разделяют понятие клуб на клубное объединение и клубное учреждение. Понятие «клубное учреждение» появилось в советское время и заменило буржуазное представление «клуб». На практике клубные учреждения часто ассоциируются с клубом. Между тем ещё задолго до революции понятие «клуб» означало свободную от какой-либо принудительной регламентации, самодеятельную и самоуправляющуюся социально-культурную организацию граждан, объединившихся на основе общности духовных потребностей и интересов. Однако в 20-е гг. понятия «клуб» и «клубное учреждение» были отождествлены. Это произошло на волне захлестнувших клубную сеть административно-командных методов управления, прочно утвердившейся субъект-объектной модели организации досуга населения. В этих условиях клубы как самодеятельные, любительские, общественные организации существовать уже не могли.

**1.2 Структура клуба**

Структурными единицами клуба как учреждения являются учебно-творческие студии, любительские объединения, коллективы художественной самодеятельности и технического творчества, клубы по интересам и другие инициативные формирования, в том числе и ассоциированные, которые обычно входят в состав клуба на условиях договора или коллективного подряда.

Учредителями клуба или любой иной структуры клубного типа могут быть любые социальные институты и общности сферы народного образования, искусства, спорта, туризма и других видов досуга, коммерческие совместные и малые предприятия и объединения, учебные и научно-исследовательские центры, кооперативы, общественные организации, фонды и движения, а также отдельные частные лица, в принципе любой гражданин Российской Федерации.

Учредители создаваемого клуба подают в муниципальные органы по территориальному местонахождению заявку с указанием состава организационного комитета, предоставляют устав клуба, разработанный в соответствии со сложившейся уставной практикой и принятый решением общего собрания коллектива сотрудников клуба или собранием граждан, желающих учредить клуб. Муниципальные органы вправе отказать учредителям в регистрации устава лишь в случае его противоречия Конституции и действующему на ее основе законодательству, а также при несоответствии программы деятельности клуба его функциональному назначению. Клуб считается созданным с момента регистрации устава, который является основным документом, регулирующим его деятельность.

Контроль за деятельностью клуба и соблюдением им действующего законодательства осуществляют государственные органы, зарегистрировавшие устав.

Следует учитывать и возможность организации смешанных государственно-кооперативных предприятий и объединений культурно-досугового, клубного типа. Здесь не может быть застывших форм и схем. Повседневная социально-культурная практика диктует и направляет эти процессы.

Клубы и аналогичные структуры клубного типа могут действовать как самостоятельно, так и при государственных, кооперативных, общественных организациях, предприятиях, учреждениях. По решению трудового коллектива и согласованию с организацией-учредителем клубные структуры на добровольных началах могут входить в состав социально-культурных комплексов в качестве основной структурной единицы, рядового подразделения, творческого формирования, а также других структурных единиц комплекса.

Участники клубов могут иметь различные права в клубе, что определяется уровнем их членства. Членство в клубах разделяется на:

 1. Коллективное членство покупается фирмами для своих руководителей или исполнительных директоров и их семей. Владельцем билета, дающего право на членство в клубе, является корпорация в лице своего руководителя. Компании покупают такое участие в клубах как привилегию для своих руководителей, а также с целью представления фирмы в многочисленных социальных организациях.

 2. Полное членство даёт право его членам и их семьям неограниченно пользоваться услугами клуба. В некоторых клубах число полных членов ограничено, и предоставление клиенту статуса полного членства требует согласия остальных участников или разрешительного комитета.

 3. Членство, ограниченное какой-либо разрешённой деятельностью. Такое членство возможно в некоторых ландшафтных клубах для тех, кто не хочет участвовать в спортивных играх, например, в игре в гольф. Поскольку поддержание поля – довольно дорогое удовольствие, такие члены платят меньший вступительный и годовой взнос, чем полные члены. Таким членам разрешено пользоваться любыми услугами бассейна, ресторана и т.д., за исключением поля для игры в гольф.

4. Общественное членство обычно предоставляет довольно широкие права, в том числе и право пользования услугами ресторана. Этот тип членства используется в тех клубах, которые не имеют иных рекреационных возможностей, кроме поля для игры в гольф (бассейна, залай т.д.), а также в клубах, где существует потребность в такого рода членстве. Преимущество здесь заключается в том, что оплачивается лишь тот вид деятельности, в котором заинтересован член клуба.

***Клуб, принадлежащий его членам.***

В западной практике члены клуба могут быть также держателями его акций.
    1. Президент клуба – один из самых уважаемых и влиятельных в клубном сообществе членов, непререкаемый авторитет и лидер. Принимает стратегические решения; утверждает наиболее важные вопросы и председательствует на всех заседаниях общих собраний. Обычно избирается правлением.

2. Правление (управляющий совет) клуба. Формирование правления – один из залогов успеха внедрения клубной системы в целом. В одних клубах правление является принимающей решения структурой, в других – скорее совещательным органом. Правление может быть выбрано как управляющей компанией (владельцем), так и самим клубным сообществом. Однако для всех клубов характерно то, что правление должно представлять все группы интересов внутриклубного сообщества, быть разнородным и формироваться из известных – по крайней мере в региональном масштабе – членов клуба: в бизнесе, политике, искусстве. Несомненно, это должны быть и достаточно активные люди, заинтересованные в том, чтобы их клуб развивался. Правление формирует образ клуба как у его действительных, так и у будущих членов.
    Ежегодные встречи членов всей управленческой структуры клубного сообщества под руководством правления проводятся ежегодно (реже – 2 раза в год). Но важнейшей ролью правления, на которую необходимо обратить внимание тем, кто только приступает к созданию клуба, – это формирование первоначального реестра кандидатов. Правление выступает в качестве поручителей этих кандидатов (впрочем, не прекращая и в дальнейшем подобную работу). Успех клубной системы непосредственно связан с «качеством» составленного первоначального реестра. Помимо этого, правление координирует все аспекты клубной политики – от категорий членства до правил пользования инфраструктурой, так чтобы это максимально отвечало пожеланиям его членов. Иногда для определения состава первого правления создаётся специальный «управляющий комитет», состоящий из тех, кто лично хорошо знает лидеров, которые могли бы стать членами правления формирующегося клуба. Члены этого комитета могут быть и первыми членами клуба.
    3. Администрация клуба. Помимо президента, в клубе могут быть также избранные из числа членов казначей и секретарь, а также нанятые специалисты – управляющий и директор по членству. Остальные должности зависят от типа клуба и его величины.
  4. Клубные комитеты. Состоят из членов клуба, ответственных за какую-либо сферу развития. Наличие подобных комитетов (иногда их также называют комиссиями), с одной стороны, говорит о развитости клуба, наличии большого количества членов, а с другой – они являются ярким доказательством тому, что участники ощущают эмоциональную связь со своим клубом; чувствуют себя частью сообщества. Конечно, тот факт, что член клуба может и должен влиять на политику частного клуба, пока достаточно сложен для нашего восприятия. Это можно увидеть, сравнив отношение к членству у россиян и «экспатриантов» (иностранных граждан, работающих в России), которые всегда готовы помогать клубу, в котором состоят, привлекая новых участников, рекомендуя его своим партнёрам и коллегам. Тем не менее при создании клубных комитетов необходимо принимать во внимание и личностные, психологические характеристики потенциальных участников данных внутриклубных образований. Любопытно яркое, образное высказывание организаторов системы Rotary Club на эту тему:

Мука – ответственные, но безынициативные члены клуба, которые готовы работать по конкретному заданию. Для их эффективного использования необходима идея и другие члены клуба, в компании с которыми они проявляют себя с лучшей стороны.
    Вода – эти ротарианцы внешне активны, но как только доходит до конкретного дела, они утекают сквозь пальцы. Чтобы привлечь их к работе, необходимо связать их мерой ответственности, то есть закрепить за ними ответственных людей – муку.

Начинка – ротарианцы, которые брызжут идеями. Просто фонтан идей. В работе с ними необходимо быть очень внимательными, тщательно пропуская через себя все их фантазии. Эти члены клуба быстро забывают о своих идеях. Задача повара – сепарировать идеи. Пропускать пустое, сохранять и накапливать полезное.

Дрожжи – наиболее ценная часть клуба. Эти люди готовы и умеют продвигать идеи, объединяя вокруг себя воду, связанную с «ответственной» мукой. Понятно, что для выпечки хорошего пирога необходимы все ингредиенты. И задача кулинара состоит в следующем:

1) определиться с начинкой;

1. замесить тесто, то есть правильно соединить муку с водой;
2. добавить дрожжи;
3. контролировать время приготовления.

Несмотря на то, что количество подобных комитетов может варьироваться от 1 (самого главного – комитета по членству) до 20 и более, приведём описание нескольких наиболее важных комитетов для планомерного развития подобных общественных объединений. Обычно количество членов клуба, принимающих участие в работе каждого из комитетов, не менее 5–8 человек.

Комитет по членству на своих встречах, которые в крупных клубных сообществах проводятся ежемесячно (повестка готовится главой комитета; встреча длится обычно не более часа; тематика включает обсуждение изменений в составе клуба, существующие маркетинговые программы в этой области и постановку задач на ближайший месяц), выносит свою рекомендацию правлению клуба относительно принятия или отклонения кандидатур в члены клуба (учитывая, прежде всего, отсутствие негативной репутации в деловом или каком-либо ином сообществе); представители комитета принимают участие в знакомстве потенциальных членов с инфраструктурой клуба, но прежде всего занимаются активизацией участия существующих членов клуба в программе привлечения новых кандидатов. Комитет обычно избирается правлением. Члены клуба, входящие в комитет, должны активно участвовать в клубной жизни, обладать репутацией и влиянием в сообществе и, конечно, иметь время для участия в его деятельности (впрочем, как и участники всех остальных комитетов).
    Финансовый комитет обычно возглавляет казначей клуба. В его задачи входит определение успешной финансовой политики, включающей согласование членских взносов и запланированных показателей доходов от пользования клубной инфраструктурой с расходами; планирование (совместно с управляющим клуба) и представление ежегодного бюджета правлению; анализ финансовых показателей общественного объединения; для аудита финансовых документов обычно приглашается сторонняя аудиторская компания.
    Комитет стратегического планирования. Основная задача – создание плана развития на 3–5 лет, согласующегося с миссией клуба, учитывающего развитие инфраструктуры клуба, и планирование связанных с этим расходов, которые могут быть покрыты в том числе за счет целевых взносов на тот или иной проект.

Комитет по гольфу (теннису, яхтенным гонкам и др.). Данный комитет связан с развитием тех или иных видов активного отдыха, представляемых клубом; занимается созданием ежегодного календаря соревнований; устанавливает правила состязаний; иногда непосредственно участвует в организации их проведения.

Комитет светских мероприятий. Планирование и организация светских мероприятий клуба – главная задача данного комитета. Также в обязанности его членов входит и планирование связанных с этим расходов; мониторинг отношения членов клуба к устраиваемым мероприятиям, с тем чтобы они максимально соответствовали их пожеланиям.

Комитет управления клубным домом и иной инфраструктурой. Клубный дом – важнейшая часть инфраструктуры клуба. Мониторинг пользования клабхаусом, планирование бюджета для поддержания инфраструктуры клубного дома (в том числе ресторана) в рабочем состоянии входят в задачи данного комитета. На ежегодных встречах членов клубного сообщества, имеющих право голоса, обсуждаются ежегодные отчеты президента и казначея клуба, а также всех комитетов; иногда утверждаются кандидаты в члены клуба.

Наличие подобной управленческой структуры характерно для тысяч современных западных клубов, как загородных (активный отдых), так и городских. У создателей клубного сообщества в России может появиться очевидный вопрос: как инициировать этот процесс, как вовлечь членов клуба в более активное участие в жизни заведения, запустить механизм формирования хотя бы упрощённой системы управления, в которой будет принимать участие не только персонал, но и члены клуба?
    1. Если вы формируете систему в эксклюзивном клубе, рассчитанном на аудиторию с высокими доходами, стоит внедрять политику членства только по приглашению/рекомендации. Клуб, в который пускают не всех, вызывает интерес и желание туда попасть, особенно среди людей одного круга.

1. Открытая информация о правлении должна быть представлена в буклете, который выдаётся потенциальным членам клуба. Это также произведёт впечатление на тех, кому важно быть в «правильном» сообществе.
2. Сформируйте комитет по членству, который будет заниматься персональной работой с кандидатами в члены клуба совместно с директором.
3. Если клуб выпускает собственный информационный бюллетень, обязательно рассказывайте о тех, кто вступил в клуб, и о тех, кто выступил их поручителями. Члены клуба должны быть в курсе, кто к ним присоединился.
4. При формировании календаря клубных мероприятий запланируйте несколько таких, на которых новые члены клуба могли бы познакомиться с остальными.
    6. Исходя из интересов членов клуба, сформируйте «сообщества внутри клуба» – ценителей вина, искусств, любителей шахмат, дамский клуб и др.
   ***Коммерческая организация (клуб, принадлежащий инвестору)***Данный вид клубов, конечно же, имеет свою специфику, которая заключается в том, что управленческая структура, состоящая из членов клуба и подробно описанная выше, в данном случае носит рекомендательный характер. Цель ее создания – обеспечить понимание со стороны менеджмента и (или) владельцев клуба того, что на самом деле необходимо членам клубного сообщества.
5. Инвестор (владелец клуба). Один из владельцев может являться и президентом клуба. С другой стороны, применяется и подход клуба – общественного объединения, в котором президент может быть выбран из правления клуба. Управляющий подотчётен инвестору, который ставит перед ним конкретные задачи.
6. Управляющий клубом, директор по членству и наёмный персонал. Осуществляют управление клубом в тесном сотрудничестве с членами.
7. Правление (управляющий совет) клуба. Если оно образовано (в случае коммерческой организации – далеко не всегда), правление выносит только рекомендации менеджменту по поводу того, что нужно сделать, чтобы добиться соответствия пожеланиям членов клуба.

Полноценная клубная система обычно используется эксклюзивными частными клубами, оказывающими услуги в премиальном сегменте рынка. Важным параметром при ее выборе является то количество членов, на которое рассчитан клуб. Если это более 200 человек, то данная клубная политика вполне реализуема. Предполагается, что действительные члены клуба приглашаютвступить тех, с кем им приятно проводить своё время. Типичная процедура по вступлению в подобный частный клуб может выглядеть следующим образом:

* действительный член клуба, состоящий в нем не менее 1 года, высылает рекомендательное письмо комитету по членству;
* после получения письма член клуба, осуществляющий патронаж кандидата, кандидат и его супруга приглашаются комитетом на интервью;
* после интервью члену клуба, осуществляющему патронаж, предоставляется «анкета для поручителя» и анкета для заполнения кандидатом, которые должны быть возвращены в комитет по членству;
* в течение 30 дней имя кандидата представляется основным членам клуба (например, на информационном стенде);
* после завершения встречи члены комитета дают свои рекомендации правлению по одобрению/неодобрению кандидатуры;
* кандидат, получивший одобрение комитета по членству, будет информирован в течение 2 или 3 дней после встречи комитета по членству.
    Данная процедура может быть как упрощённой, так и наоборот – длительной и сложной. Например, количество поручителей в самых известных клубах – не менее 2, а то и 3 действительных членов клуба. Только так закрытый частный клуб может гарантировать, что его членами являются люди одного круга, схожего мировоззрения и положительной репутации. Спецификой российских клубов часто является то, что топ-менеджмент опасается вводить закрытую клубную систему, при которой часть потенциальных клиентов оказывается неохваченной. При формировании структуры управления необходимо ориентироваться на организационно-правовую форму, которую имеет (или будет иметь) клуб.

Членство в клубе подразумевает особые возможности, приоритетные права обслуживания, значительные скидки при заказе услуг, информирование о новостях и специальных предложениях в режимах телефонного общения и электронной рассылки. В процессе клубной деятельности устанавливаются более доверительные, тесные взаимоотношения с членами клуба, повышается их лояльность.

Объединения клубов предоставляют возможность обмена информацией и обсуждения вопросов развития клуба в профессиональной среде. Здесь имеется в виду организация совместных мероприятий, которые продвигают клубную жизнь. Это разработка программ взаимных привилегий с другими клубами, и получение методических и практических знаний о повышении эффективности деятельности клуба.

**1.3 Цели, задачи и функции клуба**

Клубная досуговая деятельность важный элемент социального процесса. Формирует предпосылки здорового образа жизни. Функции клубных учреждений являются весьма востребованным населением. Клубные функции зависимы от индивидуальных предпочтений в досуге и рекреации, а так же от целей клуба.

Мотивы, по которым люди объединяются в клубы, также могут быть классифицированы как рекреационные и социальные, однако. Их классифицировать ещё труднее, чем сами клубы.

Это связано с тем, что в каждом клубе существует своё понимание целей и задач, что делает их непохожими друг на друга. Даже если клуб может определить свои главные цели как социальные, члены такого клуба могут иметь и другие цели.

Если ландшафтный клуб считает себя рекреационным, что подтверждается наличием поля для игры в гольф, то отдельные его члены могут вообще не играть в гольф. Им может просто нравится идея быть членами столь респектабельного и элитного по своему составу общества. Различия в мотивации участия в клубе оказывают своё влияние на характер членства.

Инициаторы создания клуба должны, по возможности, четко представлять основную цель, которую они преследуют, организуя свой клуб Он может создаваться для всех членов одной или нескольких организаций с целью совместного проведения их досуга их отдыха и общения в свободное от работы время. В таком случае досуговая функция клуба является его целевой доминантой и естественно будет определять в дальнейшем характер планирования и содержания деятельности клуба.

Клуб может быть организован и сугубо в деловых целях как собрание деловых людей, для обсуждения в свободное от работы время глобальных производственных и научных проблем, обмена конструктивными идеями и опытом работы, формирования и развития их деловой культуры. Деловые встречи в клубе могут носить и более элитарный характер. Например, целью одного клуба может быть коммерческая учёба и деятельность его членов. Другой клуб может посвятить свою деятельность экономической или политической учёбе или более конкретным, ситуативным задачам – изучению основ менеджмента или маркетинга, участию в выборных компаниях, освоению новых форм общения, языков, этикета, религии и культур.

Доминантой клуба может стать как цель обособления в его рамках определённой группы людей – интеллектуальной, творческой, технической, художественной, предпринимательской, научной, банковской, управленческой элиты, так и организация его состава по общим возрастным, половым, национальным, профессиональным, политическим или любым иным интегрирующим параметрам.

Наконец, наиболее часто встречаемым основанием для локализации людей в клубе является общность их духовных интересов и желание в совместной коллективной деятельности сообща удовлетворять и развивать эти интересы. Многообразие человеческих интересов, широкий спектр запросов, стремлений, увлечений, предпочтений людей в сфере свободного времени и приводит к организации многочисленных клубов по интересам, любительских объединений, к дифференциации содержания, способов и форм организации их деятельности.

Цели клубной деятельности – развитие социальной активности и творческих начал личности, повышение культурного уровня, общение по интересам, отдых. Различаются комплексные и специализированные клубы. В комплексных клубах удовлетворяется широкий круг интересов, в специализированных – однотипные интересы:

* культурно-просветительские,
* физкультурно-оздоровительные,
* экологические,
* технического творчества, отдыха, общения и т.д.

Как правило, чем меньше населенный пункт, тем выше комплексность клуба.

Комиссарова С. А. отмечает главное в клубах – это культурное и социальное развитие, а достижения культурно-творческих результатов второстепенны [2].

 Клубные учреждения обладают огромными организационными возможностями в развитии и совершенствовании культурно-досуговой деятельности населения. К приоритетным социально-культурным задачам современного клуба можно отнести:

1. Социализацию и социальную адаптацию различных групп населения в сфере досуга.
2. Реализацию социальных моделей досугового поведения, способствующих нравственному развитию и реализации социальной и культурной активности населения.
3. Формирование здорового образа жизни и гуманизацию окружающей индивидов социально-культурной среды.
4. Удовлетворение и формирование массовых досуговых запросов различных групп населения, способствующих их социальному и культурному развитию.
5. Реализацию социально-культурного потенциала клубов в решении проблем социально не защищённых групп населения через разнообразные рекреационные и культурно-досуговые программы.

Анализ социально-культурной сущности клубных учреждений показывает, что основным условием эффективности его организации является учет основных социальных и культурных запросов различных групп населения, способствующий повышению качества их жизни, а также физическому, психическому и социальному здоровью личности.

Исходя из целей и задач реализуются функции клуба как учреждения и как объединения.

Клуб, учреждение это или объединение, как и любой другой социальный институт культуры, также реализует эти функции:

1. Креативная, (от латинского creatio – создание), созидательно-творческая функция, или функция освоения и преобразования мира, развития творческих способностей человека, самого человека в процессе активной преобразовательной деятельности.

2. Коммуникативная функция, или функция общения человека с другими субъектами деятельности в целях усиления общности индивидов и личностного обособления, персонификации в процессе общения.

3. Сигнификативная функция (от латинского signum – знак), или функция обозначения, наименования открываемых человеком в процессе его познавательной деятельности предметов и явлений посредством знаков, символов, понятий, целых знаковых систем.

4. Нормативная функция, или функция выработки человеческим обществом в процессе его исторического развития, распространения и общественного контроля за соблюдением людьми определённых норм культуры, правил поведения, традиций, обычаев, предписаний во всех сферах человеческой деятельности.

5. Аккумулятивная функция (от латинского accumulatio – накопление, собирание), или функция накопления и сохранения обществом и его социальными институтами культурных ценностей, норм и благ.

6. Проективная функция (у Э.В. Соколова «функция проективной разрядки») или функция условного психофизического переноса (проекции) человека из одного состояния – напряжённого, стрессового, дискомфортного, но реального в другое – приятное, комфортное, но иллюзорное, символическое, посредством создаваемых людьми проективных механизмов культуры (праздники, ритуалы, игры, религия, искусство, идеология и т.д.)

7. Защитная функция, или функция защиты человека от нежелательных для него явлений природы и общества при помощи(189) создаваемых человечеством в процессе своего культурного развития многочисленных защитных приспособлений и средств (здания, одежда, оружие, медицинские, детские, правоохранительные учреждения, этикет, избирательность в общении и восприятии информации, паралингвистические механизмы) [1].

Различают внутренние и внешние функции деятельности самого клуба. Имманентная ВНУТРЕННЯЯ ФУНКЦИЯ инициативного клуба -саморазвитие, самовоспитание, самодеятельность членов клуба, удовлетворение их личных потребностей и интересов, т.е. направленность клубной жизни на себя, для себя в процессе совместной клубной деятельности обычно органически сочетается с постепенно возникающей и прогрессирующей ВНЕШНЕЙ ФУНКЦИЕЙ – активной социально-культурной и просветительской деятельностью членов клуба, их коллективным участием в разработке и проведении массовых социальных и культурно-досуговых программ, сознательным и деятельным включением всего клубного коллектива в социально-культурные процессы, происходящие в своём районе, городе, области, т.е. направленностью на других, для других, во имя других [7].

Клуб, являясь полифункциональным социальным институтом культуры, реализует большинство из названных нами функций культуры.

Наумова, обобщая деятельность клуба, приводит следующие основные функции:

* социально-психологическую,
* познавательную,
* организационную,
* развлекательную,
* рекреационную [5].

Создание клуба происходит с целью развития социальной активности своих членов, их творческих интересов, просвещения и повышения культурного уровня. Посетители клуба вместе отдыхают, развлекаются. Клубное сообщество характеризуется инициативностью, самодеятельностью, общественным мнением и сознанием.

В клубе устанавливаются и развиваются межличностные контакты, различающиеся по целям, степени регламентации, глубине, устойчивости, продолжительности и прочим признакам. При общении людей проявляется их социальная активность. Клуб выступает центром досуга.

Функции, которые реализуются в процессе клубной деятельности, разнообразны. Среди прочих можно выделить:

- организация досуга с учётом потребностей и интересов различных социально-возрастных групп;

- удовлетворение интеллектуальных и эмоциональных потребностей человека;

- поддержка творческой инициативы и социальной активности населения;

- удовлетворение общественных потребностей в сохранении и развитии традиционной культуры;

- интеллектуально-образовательная деятельность;

- развитие мотивации личности к познанию и творчеству;

- разработка и внедрение в общественную практику эффективной, научно обоснованной системы развития личности;

- реализация программ и услуг в интересах личности, общества, государства;

- обеспечение необходимых условий для самореализации личности и личностного развития;

- формирование социально-психологической культуры поведения и механизмов общения;

- поиск инновационных технологий.

Клуб на современном этапе развития общества должен давать человеку что-то неповторимое и уникальное, чтобы мотивировать присоединение именно к этому сообществу. Выгода от участия в клубе должна быть очевидной и тогда целевая аудитория изъявит желание почувствовать себя причастной к данной организации.

**1.4 Типология и классификация клубов**

Исходя из определённой организаторами клуба основной цели его деятельности, избирается, а затем и формируется тип клуба, который будет во имя этой цели (или группы целей) создаваться. Это:

1. Досуговый клуб.

2. Деловой клуб.

3. Учебный клуб, информационный клуб (клуб-школа, клуб-курсы, клуб-академия).

4. Коммерческий клуб.

5. Дискуссионный клуб.

6. Спортивно-оздоровительный клуб.

7. Элитарный, закрытый клуб английского типа.

8. Ночной клуб.

9. Игорный клуб, клуб-казино.

10. Клуб по интересам: в свою очередь дифференцированный на множество различных клубов и объединений, созданных на основе первоначального интереса к какому-либо виду деятельности или какой-либо отрасли знания.

11. Фэн-клуб, клуб поддержки (популярного артиста, спортсмена).

12. Мужской клуб, женский клуб (конкретные цели в таких клубах могут быть различны – от утилитарно-прикладных занятий до интимно-эротических интересов, но главное в них – изначальное объединение лиц по половому признаку).

13. Военно-патриотический клуб несмотря на девальвацию определяющих его терминов, клуб такого типа по-прежнему активно востребуется и в настоящее время).

14. Политический клуб (от прежних общественно-политических современные политические клубы отличаются большей целенаправленностью, организованностью и активностью своих действий). Клуб, создаваемый для проведения какой-либо социально-политической кампании (например, клуб избирателей).

15. Молодёжный клуб.

16. Детский, подростковый клуб.

17. Артистический клуб, клуб творческой интеллигенции.

18. Клуб учёных, клуб молодых учёных, эвристический клуб.

19. Клуб ветеранов.

20. Литературный клуб, объединение молодых писателей, поэтов.

21. Клуб без чётко сформулированных интересов или с комплексом интересов типа клубов «Ромашка», «Гармония», «Спектр» и т.д. (по существу это клуб первого типа, досуговый клуб) [1].

Конечно, подобное деление на типы клубов неточно и достаточно условно. Однако, оно, в основном, отражает современную типологическую дифференциацию любительских клубов по содержанию и целеполаганию их деятельности. Мы включили в этот набор наиболее распространённые в настоящее время типы клубов. В то же время ориентация организаторов будущего клуба на определённый его тип, исходя из поставленных целей, изучение конкретных интересов и запросов будущих членов клуба, его реального состава, необходима для более предметной и продуктивной деятельности созданного клуба.

По способам организационного оформления клуба, степени сложности его организационной структуры клубная общность может создаваться и функционировать как

1. кружок или учебно-творческое объединение с лидером - педагогом, обучающим по всей программе желающих учиться у него в созданном им для этого клубе;

2. клуб по интересам, или любительское объединение, где энтузиасты, объединившиеся в клубе, сами решают как, по какой программе и какими силами они будут решать в этом объединении свои познавательные или творческие задачи, управляют им лидер или лидеры, как правило, свои, клубисты, выдвинувшиеся ещё на стадии создания клуба;

3. инициативный клуб (термин А.В. Сасыхова и Ю.А. Стрельцова), клубное объединение с более разветвлённой структурой органов самоуправления (Совет клуба, бюро, кабинет министров, секции, комиссии, штабы) и с более широким спектром клубных задач [8].

По социальному статусу клуба, т.е. его месту в структуре социальной среды, уровню его отношений с внешней средой могут создаваться:

1. Автономные клубы, аутосистемы, т.е. клубы, создающиеся и функционирующие вне связи с какими-либо другими структурами, старающиеся действовать независимо и даже изолированно от внешней среды: некоторые из них являются даже по уставу закрытыми для других клубами, со строгим индивидуальным членством и другими механизмами регламентации клубной жизни (такими, например, были в истории культуры элитарные английские клубы).

2. Клубы в клубе, т.е. клубные объединения в системе клубных учреждений, или любых других социально-коммуникативных структур, например создающиеся при редакциях газет и журналов, телевизионных и радио-студий, в кинотеатрах и центрах досуга, в общежитиях и учебных заведениях. Имея относительную самостоятельность, такие клубы, тем не менее, выполняют так или иначе определённые функции и задачи, которые ставят перед ними учредители или покровители. Многие из таких клубов создаются по принципу «Была бы крыша над головой», но есть и такие, особенно в современных условиях, которые понимают и извлекают взаимовыгоду из сотрудничества клубного объединения и учреждения (любого, не только клубного).

3. Клубы – субстанции, первоячейки, основания для создания социокоммуникативных структур более высокого порядка: организаций, партий, союзов и т.д. Они своего рода «пробные камни», «трамплины» для образования таких организаций. Иногда, будучи уже такими организациями, они только называются «клубами». В других случаях, как клубы-аутосистемы, они постепенно перерастают в клубы-учреждения, в центры досуга, а то и в ассоциации, общества, союзы, партии. Такова судьба многих политических клубов, становившихся истоками целых движений и глобальных организаций.

4. Клубы – надстройка, рупор социальных организаций, добровольно дополняющие агитационные, просветительные и коммуникативные функции в них. Такими были якобинские клубы в период Великой Французской буржуазной революции 1789-1793 гг. Такими были партийные клубы в России в период революции 1905-1907 гг, марта-октября 1917 г. Такими являются партийные клубы во многих других странах мира. Такими были комсомольские клубы в первые годы Советской власти и в системе комсомольского политического просвещения 60-70-х годов. Такими, по существу, стали современные народные дома. Сейчас молодёжных, артистических, музыкальных, спортивных организаций во всем мире имеют в качестве меленьких, но многочисленных «рупоров» своей деятельности эти своеобразные фан-клубы [9].

Есть много других классификаций типов и видов клуба. Исходной областью, в пределах которой можно различить клуб и клубную типологию, является досуг.

Досуг понимается ими как сфера развития сущностных сил человека, как движущая сила развития трудовой и бытовой сферы жизни и даже как особый культурный институт, стимулирующий все общественное развитие, как рычаг всех общественных трансформаций, постановщиком нововведений, регулятором культурных и хозяйственных преобразований.

И исторически, считают авторы, все виды занятий, определяемых как искусство, философия, изобретательство, наука, вышли из досуга, а частично и сейчас принадлежат ему, хотя бы в форме творческого любительства. Праздник также принадлежит досугу. Игра, размышление, сохранение обычаев и памятников старины, изобретение новых образов - досуговые занятия.

В настоящее время социально-политические и социально-культурные факторы обусловили интенсивное формирование все новых видов досуговой деятельности – развитие новых форм общественной самоорганизации, неформальных молодёжных объединений, клубов по интересам, театральных студий, рост объёма любительских занятий, свободных дискуссий и т.д.

Опираясь на эти методологические основания, авторы Милашевская Е.К., Прянишников Н.Е.. Савченко М.Р. последовательно выводят иерархически расположенные триады своей классификационной модели клуба:

1. Базовая триада: труд – быт – досуг.

2. Триада: клуб – зрелище – творчество.

3. Клубообразующая триада: пространство – субъект – деятельности – организация.

4. Стадиальная триада клуба: клуб – сооружение – клуб-учреждение – клуб-институт.

5 Уровневая триада клуба: досуговый клуб – клуб общего профиля (профильный клуб) – любительский клуб [4].

В свою очередь каждый из последовательно развивающихся уровней клуба авторы дифференцируют на разные по количеству и качеству типы клубов. И тогда их типологическая схема клуба выглядит так:

Таблица № 1. Уровни и типы клуба по Е.К. Милашевской, Н.Е. Прянишникову и М. Р. Савченко [4].

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Уровниразвитияклуба | Авторскоеназваниеуровня | Кол-воТиповКлуба | Типы клуба |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Нулевойуровеньразвития | Предклубный тип досуга |  | Клубные формы общениярастворены в синкретичном досуге |
| Первыйуровеньразвития | Досуговыйклуб | 2 | Традиционный клубПоисковый клуб |
| Второйуровеньразвития | Профильный клуб | 4 | Зрелищный клубРазвлекательный клубИнформационный клубСтудийный клуб |
| Третийуровеньразвития | Любительский клуб | 8 | Эстетический клубИгровой клубЭкологический клубИзобретательский клубШефский клубПолитический клубИсторический клубКлуб ремёсел |

Сами авторы этой дедуктивно выведенной ими классификации предлагают свою графическую схему типологии клубов. Авторы этой необычной, очень динамичной и по существу, универсальной типологической концепции заключают свою обстоятельно обоснованную ими «полную развёртку» (термин авторов концепции) типов клуба такими выводами:

1 Тип клуба не является монолитным образованием. Он последовательно дифференцируется.

2 В процессе развития клуба формируются разные уровни типологической дифференциации, разные уровни разнообразия типов, и вся типология клуба предстаёт, в конце концов, как дерево типов.

3. Направление дифференциации типов – от синкретического «корня» к разветвлённой «кроне» типологии – это и есть направление развития клуба.

4 В рамках этого направления развитие клуба идёт в последовательности: «предклубный» тип – досуговый клуб – клуб общего профиля – любительский клуб.

5. Третий уровень дифференциации – любительский тип клуба – исчерпывает возможности различения, заложенные в базовой модели клуба, и потому оказывается последним согласно логике типологической концепции авторов. Но, считают они, после того, как типология клуба исторически достигает своего третьего любительского уровня, она должна вновь опуститься на первый, свёрнутый уровень досугового клуба и снова начинать восхождение. При этом, напоминают авторы, следует иметь в виду, что клуб – не единственный тип досуга, есть ещё два других базовых типа – зрелище и творчество, и взаимодействие этих трёх типов в составе «досуга как целого» может приводить к новым модификациям организационных форм досуговой деятельности [4].

***Классификация клубов.***

Разнообразие клубных классификаций только схематически отражает многообразие клубного опыта, богатство разнообразного мира клубов. Оно свидетельствует о неисчерпаемости самого процесса самоорганизации энтузиастов клубного общения.

Клубная деятельность всегда носит многофункциональный характер. Выделяют как комплексные, так и специализированные клубы. Предназначение комплексных клубов заключается в организации общения людей, обладающим значительным спектром интересов. Обеспечение культурного досуга и развлечений, просветительская деятельность и развитие творчества в подобных клубах зависят от интересов разнохарактерного состава посетителей.

Специализированные клубы ориентированы на посетителей с более узкой сферой интересов. Это могут быть люди одной профессии, социальной группы или возраста. В случае усиления одной из функций деятельности клубы носят характер культурно-просветительных, отдыха, молодёжных, физкультурно-оздоровительных, технического творчества и прочей специализации.

Неоднозначность клубной инфраструктуры позволяет классифицировать клубы по различным критериям, разделяя их на систему элементов:

- область интересов, которая служит причиной объединения (научные, музыкальные, художественные и спортивно-туристические);

- характер деятельности: активные и пассивные;

- степень удовлетворённости интересов: полностью соответствующие интересам и потребностям, частично соответствующие и не соответствующие интересам и потребностям;

- социально-демографические характеристики членов клуба (возрастные, по уровню образования, уровню благосостояния, полу и национальному признаку);

- частота и обязательность посещения клуба его членами (регулярно, часто, нечасто, виртуально посещаемые);

- форма собственности: государственная, муниципальная, частная;

- юридическая регистрация: легализованные, нелегализованные клубы;

- внутренняя иерархия: чётко выраженная, не чётко выраженная, формальная, неформальная;

- по размеру клубы бывают: малые, большие;

- по характеру взаимодействия между членами: первичные, вторичные.

Организацию клубов может осуществлять как государство и органы местного самоуправления, так и физические или юридические лица. Важно обратить внимание на характер организации: на бюджетной основе; на взносах членов клуба (взносы могут быть единовременными и постоянными).

Клубы могут быть основаны на жёсткой иерархии, когда формальные члены обладают официальным статусом, благодаря которому положение членов и их поведение регламентируется нормативными документами. Подобные клубы всегда формируются для выполнения какой-либо цели, которая, как правило, предполагает руководителя клуба.

В клубах с жёсткой иерархией всегда имеется система регламентации участников клуба, а также система субординации.

Данным видам клубов свойственно:

- строгая система разделения функций;

- закрепление места, роли и социальной позиции индивида в данном клубе.

Необходимость подобных мероприятий сводится к тому, чтобы участники клуба наилучшим образом могли достигать цели, ради которой создавался клуб.

В противовес клубам с жёстко выраженной иерархией существуют клубы с нечетко выраженной иерархией. Подобные клубы обычно образовываются без какой-либо определённой цели и носят развлекательный характер. Внутренние правила поведения в таких клубах сформулированы нечетко, социальный контроль исполняется через неформальные нормы, традиции и обычаи.

Количество членов клуба определяет клуб как большой или малый. Участники малых клубов находятся в устойчивом непосредственном взаимодействии друг с другом. Численность членов подобного клуба не превышает 100 человек. Социальное взаимодействие между членами в больших клубах практически отсутствует, возникает затруднение самоидентификации индивида как члена данной группы.

Характер социального взаимодействия членов клуба может быть первичным, когда происходит социализация индивида, воздействие носит безличностный характер, а члены выполняют какие-либо функции, и вторичным, когда в клубе совершается освоение норм и ценностей. Подобные клубы характеризуются значительной степенью сплочённости, и при взаимодействии членов клуба приоритет отдаётся личностным факторам, а не функциональным.

В настоящее время, многие авторы выделяют следующие типы клубов:

- автомобильные;

- спортивные;

- культурно просветительские (делятся на досуговые клубы и ночные клубы);

- политические;

- по интересам;

- по социальному статусу;

- армейские;

- деловые;

- фан-клубы.

Членами автомобильного клуба обычно являются владельцы или любители автомобилей какой-либо марки или модели ( в Твери существует несколько автоклубов: «Тверской ретро клуб», «Tver Motor Racing», «A.T.A.S» и др.).

Современные спортивные клубы – это профессиональные или любительские организации, имеющие название, логотип, команду спортсменов, инфраструктуру, систему управления и обслуживающий персонал. На 2017 год, только в Твери насчитывается не менее 45 спортивных клубов, наиболее популярами и известными для жителей города являются «Atletic Gym», «Karro wellness club», «MaxFit» и т.д.

В СССР и ряде социалистических стран клубами также назывались культурно-просветительские учреждения, организующие досуг трудящихся и способствующие их коммунистическому воспитанию, образованию, развитию творческих потребностей. В 20-30-е годы XX века в СССР началось активное клубное строительство, чему в немалой степени способствовало активное профсоюзное движение. Крупные или центральные клубы этого типа в дальнейшем получали название Домов и Дворцов культуры (Дворец культуры «Затверецкий», «Металлист», «Пролетарка» и многие другие).

Досуговые клубы, как правило, служат для объединения людей в связи с теми или иными интересами, носящими развлекательный характер:

- танцевальные клубы (имеются в виду также коллективы людей с ограниченным и постоянным членством, в отличие от «ночных клубов» и иных заведений, в названии которых слово «клуб» может не иметь этого смысла: Алые паруса, City Dance, Диамант и т.д.).

- Ночной клуб – общественное заведение, работающее обычно после 21:00, предназначено для свободного времяпрепровождения. Обычно в таких клубах есть бар, танцпол, чил-аут (место, в котором можно посидеть в тихой обстановке с более спокойной музыкой). Часто в клубах присутствует дресс-код и фейс-контроль (DC/FC). Для клубов нет особого единого формата, так как каждый клуб специализируется на своей целевой аудитории посетителей.

На территории города Твери насчитывается около 19 ночных клубов, которые предлагают потребителю выбрать то направление в музыкальной политике, которое удовлетворит их потребности, в частности клуб «Культура», «Zercalo», «Слава» - предлагают коммерческую музыку (House, Euro dance), а «90's remix club» исключительно оригинальную музыку 90-х годов прошлого столетия и современные ремиксы на музыку 80-х и 90-х.

Политические клубы – объединяют политические организации и целые страны, связанные каким-либо общим интересом.

Клубы по интересам (хобби) к какому-либо виду занятия или науке:

- военно-исторические клубы (например, клуб «Хранители Мира» и «Дружина»);

- клубы любителей книги (Тверской книжный клуб);

- клубы любителей фантастики;

- клубы филателистов;

- эсперанто-клубы – сообщества людей, объединённые общим интересом к международному языку эсперанто;

- математические, физические и прочие клубы любителей науки;

- клубы по охране памятников архитектуры.

Клубы по социальному статусу делятся на:

- женские клубы;

- детские клубы для организации досуга детей, по различным направлениям и интересам (спортивные, музыкальные кружки, моделирование, рукоделие и т. п.);

- студенческие клубы (Атлант, ТЭТ-green и др).

Армейские клубы – в Вооруженных силах СССР и Российской федерации существовали и существуют клубы. Клуб может именоваться Солдатским, Полковым или Офицерским.

Деловые клубы – это объединение бизнесменов и предпринимателей, иногда в определённой отрасли, с целью обмена опытом, налаживания контактов, общения.

Фан-клуб – сообщество людей, объединённых почитанием и общим интересом по отношению к известному человеку или группе знаменитостей. Такими объектами почитания чаще всего выступают музыканты или спортивные клубы.

При классификации клубов обращается внимание на количество участников, состав и численность групп по интересам, степень связанности с учреждениями досуга и отдыха, частоту и место встреч участников, клубное пространство. Социально-демографическая структура участников заключается в распределении лиц по возрасту, полу, семейному положению. Группы обладают собственными ценностными ориентациями и моделями поведения. Общие интересы, увлечения и симпатии дают возможность говорить о наличие в клубе социально-психологической структуры участников. Возможны и другие структуризации участников клуба, которые подчёркивают разнообразные виды социальных отношений.

***Контрольные вопросы и задания***

1. *Проследите генезис сущности клуба?*
2. *Раскройте основные признаки клуба?*
3. *По каким критериям осуществляется классификация клубов?*
4. *Охарактеризуйте состав помещений клубов и их назначение?*
5. *Охарактеризуйте организационную структуру клубов?*
6. *Сколько видов членства в клубах вам известно. Назовите характеристики этих видов?*
7. *Раскройте цель и сущность деятельности клубов?*

***Темы для докладов***

1. *Объединения эпохи родо-племенной организации. Мужские и женские дома.*
2. *Свободные объединения граждан в античный период. Сисситии, фидитеи, гетерии. «Фонтомные клубы», художественные мастерские Греции.*
3. *Римские термы как основное место общения аристократии.*
4. *Свободные союзы граждан или коллегии, раннехристианские общины.*
5. *Религиозные и рыцарские ордена в среднии века. Гильдии, братства, клятвенные сообщества, певческие корпорации мейстерзингеров.*
6. *Французские салоны эпохи ренессанса (маркизы де Рамбулье, маркизы де Совиньи и др.).*
7. *Английские клубы. Аристократические английские клубы. Рабочие и политические клубы.*
8. *Объединение женских клубов “Лига подснежника”.*
9. *Политизация философии в революционных французских клубах.*
10. *«Якобинский клуб» и его роль в истории французской революции.*
11. *Подъем политических клубов во Франции в период Парижской Коммуны.*
12. *Формы общественной и художественной жизни Франции последней трети Х1Х века.*
13. *Формы культурной жизни допетровской России: досуг дворян, военные сообщества и дружины.*
14. *Религиозные сообщества и «еретизм».*
15. *Журфиксы в культурной жизни XV11 в.*
16. *Ассамблеи Петра 1. Княгиня Черкасская и ее роль в формировании "изящных манер" русской аристократии.*
17. *Балы, маскарады, праздники, гуляния, катания на санях, потехи как формы общественного представительства.*
18. *Большие и малые эрмитажные собрания Екатерины П.*
19. *Францис Гарднер и его роль в создании первого клуба. Антиклубная политика Павла 1. Формы общественного представительства в первой половине Х1Х века.*
20. *Ученые кружки (Станкевича, Герцена, Белинского, Плетнева).*
21. *Офицерское собрание, яхт-клуб, салоны и гостиные.*
22. *Революционные кружки. Художественно – творческие и просветительские объединения.*
23. *Общественные объединения в советский период.*
24. *Историко-культурные факторы развития самодеятельных инициатив в сфере свободного времени.*

**Глава 2. Клубные учреждения как коллективная форма организации досуга**

**2.1 Понятие клубного учреждения и его отличительные черты**

 Клубы относят к предприятиям индустрии гостеприимства и их рассматривают как направление предпринимательской деятельности с различных точек зрения (мотивации людей, бизнеса и возможной карьеры).

Современные клубные образования (государственные клубные учреждения, общественные, коммерческие, частные клубные предприятия) – это социально-культурные институты, где реализуется профессиональная деятельность специалистов в области организации досуга.

Клуб всегда был и остаётся социально-культурным институтом, центром досуговой деятельности. Как добровольно объединяющаяся общность людей, клуб может приобрести статус общественной организации, статус юридического лица. В таком случае он относит к себе все права и обязанности, присущие клубному учреждению и в то же время любому малому предприятию.

Клубное учреждение является субъектом обеспечения государственной культурной политики и конституционных прав граждан Российской Федерации на доступ к культурным ценностям, участие в культурной жизни; создаётся в целях реализации полномочий органов местного самоуправления по решению вопросов местного значения в сфере культуры муниципального образования. Клубное учреждение является юридическим лицом (либо филиалом юридического лица) и осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством.

Цель деятельности клубного учреждения – создание благоприятных условий для развития творческого потенциала и духовно-нравственного самоопределения личности, сохранения и распространения нематериального культурного наследия посредством организации досуга жителей муниципального образования.
Задачами клубного учреждения являются:
- формирование и удовлетворение потребностей населения в сохранении и развитии традиционного народного художественного творчества, любительского (самодеятельного) творчества, творческой инициативы и социально-культурной активности населения;
- предоставление услуг социально-культурного, оздоровительного и развлекательного характера, доступных широким слоям населения;
- сохранение и развитие культуры коренных малочисленных народов и иных самобытных национальных культур, возрождение, сохранение и развитие народных художественных ремёсел, в том числе бытовавших на территории муниципального образования;
- обеспечение равного доступа всех категорий населения культурно-досуговым услугам и продуктам независимо от места проживания;
- расширение спектра предоставляемых населению культурно-досуговых услуг;
- вовлечение различных социальных групп в деятельность клубных формирований;
- создание условий для массового вовлечения широких слоёв населения в культурный процесс;
- просветительская деятельность, особенно среди подрастающего поколения;
- поддержание баланса инновационности и традиционности в основной деятельности;
- развитие современных форм организации культурного досуга с учётом потребностей различных социально-возрастных групп населения.

**2.2 Виды клубных учреждений и услуги предоставляемые ими**

Основными видами клубных учреждений распространённых в нашей стране с начала ХХ века являются:

1. Сельский клуб,
2. Дом культуры,
3. Дворец культуры,
4. Передвижной клуб,
5. Центр досуга (Центр культуры и досуга),
6. Национально-культурный центр (этнокультурный центр, Дом дружбы),
7. Дом ремёсел,
8. Культурно-спортивный комплекс,
9. Культурно-социальный центр (комплекс),
10. Дом фольклора,
11. Дом народного творчества,
12. Информационно-методический центр.

Как правило они отличаются ресурсами, зоной охвата населения, содержанием деятельности.

1. Сельский клуб – обладает небольшими мощностными параметрами и штатной численностью, преимущественно располагается в сельской местности. Может являться самостоятельным юридическим лицом или филиалом Дома (Дворца) культуры. Содержание деятельности сельского клуба включает в себя организацию досуга населения, создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества; проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских); поддержка социально-культурных инициатив населения.

2. Дом культуры – обладает большими, чем клуб, характеристиками по параметрам мощности, оснащения и штатной численности. Главным отличительным признаком является расширенная зона обслуживания и наличие филиалов. Является методическим центром по отношению к сельским клубам. Располагается в центральных усадьбах сел, в районных центрах и городах. Является самостоятельным юридическим лицом. К основным функциям Дома культуры относится:

* организация досуга населения, создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества;
* проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских);
* поддержка социально-культурных инициатив населения;
* оказание информационных и методических услуг специалистам клубного дела и социокультурной сферы.

Кроме того, Дом культуры анализирует проведённые мероприятия, даёт рекомендации по совершенствованию их проведения, организует работу клубных учреждений по выполнению социокультурных программ, принятых в муниципальном образовании.

1. Дворец культуры – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан как в городском (что более целесообразно), так и сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о наличии Дворца культуры являются финансовые возможности учредителя. Имеет статус юридического лица и является методическим центром для подведомственной сети. Основное содержание деятельности предусматривает организацию работы творческих коллективов в различных направлениях и видах любительского творчества и обеспечение социально-культурных мероприятий на основании муниципального заказа. Так же Дворец культуры функционирует в качестве организации досуга населения, создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества; поддержка социально-культурных инициатив населения; проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских); оказание информационных и методических услуг специалистам клубного дела и социокультурной сферы.
2. Передвижной клуб – не имеет стандартных характеристик по ресурсным параметрам. Оснащён специализированным автотранспортом, комплектом звукового оборудования, киноустановкой независимо от статуса (сельский, районный). Средняя штатная численность составляет 3–5 человек. Может являться филиалом Дома/Дворца культуры либо его структурным подразделением. Основное направление деятельности передвижного клуба – организация нестационарного обслуживания населения отдаленных территорий через проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских).
3. Центр досуга (Центр культуры и досуга) – по мощностным характеристикам соответствует Дворцам культуры. Является интегрированным учреждением. В общем объёме услуг преобладают культурно-досуговые мероприятия. Имеет статус юридического лица. организация досуга населения, создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества; поддержка социально-культурных инициатив населения; проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских). Основное содержание деятельности предусматривает организацию работы творческих коллективов в различных направлениях и видах любительского творчества и обеспечение социально-культурных мероприятий на основании муниципального заказа.
4. Национально-культурный центр (этнокультурный центр, Дом дружбы) – создаётся по инициативе местного сообщества, национальных общественных организаций или локально проживающей этнической группы. Обладает характеристиками, аналогичными Дворцу культуры, но основной деятельностью является проведение мероприятий и работа клубных формирований, направленных на сохранение и распространение национальной культуры во всем её многообразии. Может быть как структурным подразделением Дома\Дворца культуры, так и иметь статус юридического лица.Осуществляет обеспечение условий для сохранения и развития национальных культурных традиций; поддержка социально-культурных инициатив населения, направленных на сохранение нематериального культурного наследия, особенно локально проживающих на конкретной территории этнических групп; обеспечение развития традиционного художественного и декоративно-прикладного народного творчества.
5. Дом ремесел – создается по инициативе местного сообщества на основе бытующих ремесленнических традиций. Непременным условием является наличие сырьевой базы (глина, лоза, береста и др.). Оборудование и штатная численность зависят от характера ремесла и наличия уставной информационно-методической деятельности. Имеет статус юридического лица. Ведущей функцией является сохранение культурного наследия и многообразия направлений художественного и декоративно-прикладного искусства; развитие и популяризация ремесленнических традиций, исторически бытующих на данной территории; создание и распространение изделий ремесла, методик ремесленнического мастерства; выставочная деятельность.
6. Культурно-спортивный комплекс – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан как в городском, так и сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о создании культурно-спортивного комплекса являются финансовые возможности учредителя. Имеет статус юридического лица. В рамки деятельности культурно-спортивного комплекса относится организация досуга населения, создание условий для массового отдыха населения, самодеятельного творчества; поддержка социально-культурных инициатив населения; оказание спортивно-оздоровительных услуг.
7. Культурно-социальный центр (комплекс) – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан в городском (что более целесообразно) или сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о создании культурно-социального центра (комплекса) являются финансовые возможности учредителя. Имеет статус юридического лица. Функционирует в рамках организации досуга населения, создания условий для развития народного творчества; поддержки социально-культурных инициатив населения; оказания информационных и методических услуг специалистам клубного дела и социокультурной сферы; сохранения нематериального культурного наследия; выставочная деятельность.
8. Дом фольклора – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан как в городском (что более целесообразно), так и сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о создании Дома фольклора являются финансовые возможности учредителя. Имеет статус юридического лица. Деятельность Дома фольклора состоит в сохранении нематериального культурного наследия; сохранении, развитии и пропаганде традиционной народной художественной культуры, исследовании местных фольклорных традиций, сбор и трансляция фольклорного материала.
9. Дом народного творчества – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан как в городском (что более целесообразно), так и сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о создании Дома народного творчества являются финансовые возможности учредителя. Имеет статус юридического лица и является методическим центром для подведомственной сети. Функции Дома народного творчества – сохранение нематериального культурного наследия во всем многообразии жанров и этнических особенностей; создание методик включения традиционных навыков в современный творческий процесс; информатизация и методическое обеспечение творческих процессов; организация и проведение народных праздников, конкурсов и фестивалей народного творчества, оказание клубным учреждениям методической помощи в деле сохранения, распространения и пропаганды традиционного народного художественного творчества.
10. Информационно-методический центр – обладает высокими характеристиками по параметрам мощности, оборудования, штатной численности и широкому охвату населения по месту расположения. Может быть создан как в городском (что более целесообразно), так и сельском муниципальном образовании. Главным критерием для принятия решения о создании информационно-методического центра являются финансовые возможности учредителя. Является методическим центром для подведомственной сети. Имеет статус юридического лица. Его роль состоит в оказание информационных и методических услуг, сбор, анализ и распространение положительного опыта работы, методическая помощь клубным учреждениям.
11. Централизованная клубная система (учреждение) – особая форма организации клубных учреждений, объединяющая несколько сетевых единиц клубного типа различных видов на базе одного, наиболее крупного учреждения, имеющего лучшую материально-техническую базу и расположенного в центре муниципального образования, с целью оптимизации клубной деятельности. ЦКС имеет статус юридического лица, все подразделения, входящие в её состав, являются филиалами. В его деятельность входит организация досуга населения; создание условий для развития народного творчества, в том числе через деятельность клубных формирований и коллективов художественного любительского творчества; поддержка социально-культурных инициатив населения; проведение культурно-массовых мероприятий (культурно-досуговых и информационно-просветительских); обеспечение информационных и методических услуг для специалистов клубного дела и социокультурной сферы.

Организация работы творческих коллективов в различных направлениях и видах любительского творчества и обеспечение социально-культурных мероприятий на основании муниципального заказа.

Клубные учреждения как юридические лица имею права предоставлять как платные и бесплатные услуги.

На платной основе с целью получения дополнительных финансовых средств для осуществления уставной деятельности могут оказываться следующие услуги:

* проведение культурно-массовых мероприятий;
* обучение в платных кружках, студиях, на курсах;
* предоставление оркестров, ансамблей, самодеятельных художественных коллективов и отдельных исполнителей для проведения семейных, корпоративных и гражданских праздников и торжеств;
* оказание консультативной, информационно-методической и организационно-творческой помощи в подготовке и проведении культурно-досуговых мероприятий;
* предоставление сценических костюмов, реквизита, культурного и другого инвентаря;
* осуществление аудио- и видеозаписей отечественных и зарубежных музыкальных и художественных произведений;
* предоставление услуг по прокату звукоусилительной, осветительной аппаратуры и другого профильного оборудования;
* изготовление сценических костюмов, обуви, реквизита;
* предоставление игровых комнат для детей (в специально оборудованных помещениях с педагогом-воспитателем на время проведения мероприятий для взрослых);
* организация в установленном порядке спортивно-оздоровительных клубов и секций, групп туризма и здоровья, компьютерных клубов, игровых и тренажерных залов и других подобных игровых и развлекательных досуговых объектов;
* организация и проведение ярмарок, аукционов, выставок-продаж;
* предоставление помещений в аренду;
* предоставление услуг по организации отдыха посетителей;
* предоставление сопутствующих услуг: прокат музыкальных инструментов, продажа репертуарно-методических материалов;
* организация культурного обслуживания на дому лиц с ограниченными возможностями;
* другие виды платных услуг, содействующих достижению уставных целей.

На льготной основе преимущественно предоставляются услуги:

* по проведению общественно и социально значимых мероприятий (государственные праздники, знаменательные события в жизни страны, края, муниципального образования, общественные акции, фестивали, смотры, конкурсы и т. п.);
* по культурному обслуживанию наименее социально защищенных слоев населения (пенсионеры, инвалиды, дети из малообеспеченных семей, дети-сироты, многодетные семьи и т. п.).

**2.3 Ресурсное обеспечение учреждений клубного типа**

Потенциал клубного учреждения характеризуют несколько разновидностей ресурсов.

Нормативный ресурс представляет собой массив правовых и организационно-технологических документов и инструктивной информации, определяющий организационный порядок подготовки и проведения социально-культурной деятельности.

К кадровому (интеллектуальному) ресурсу относится номенклатура специалистов, а также технического и вспомогательного персонала, по своим характеристикам, прежде всего, профессиональному и интеллектуальному уровню, соответствующих назначению (набору функций) организации и обеспечивающих качество производимого культурного продукта (благ и услуг).

Финансовый ресурс состоит из бюджетных и внебюджетных источников финансирования, использование которых не противоречит действующему в Российской Федерации законодательству.

Материально-технический ресурс включает в себя специальное оборудование, имущество, инвентарь для производства и эксплуатации культурного продукта (благ и услуг) и создания соответствующей среды для обеспечения культурной, просветительской и досуговой деятельности. Составной частью материально-технического ресурса является недвижимость, необходимая для оптимального функционирования объектов социокультурного назначения. К видам недвижимости относятся: здания, помещения, специально обустроенные сооружения и территория под ними.

Социально-демографический ресурс обозначает совокупность физических лиц, проживающих на территории конкретного региона (города, микрорайона, посёлка). Эти лица различаются по возрастным, социальным, профессиональным, этническим и другим признакам. Они представляют собой категорию либо активно задействованных участников социально-культурной деятельности (реальную аудиторию клуба, парка, музея и др.), либо на данный момент по ряду объективных причин (в том числе личного характера) не участвующих в социокультурных мероприятиях (потенциальную аудиторию).

В информационно-методическом ресурсе объединены все возможные средства и способы организационно-методического руководства, информационно-методического обеспечения, переподготовки и повышения квалификации кадров в области социально-культурной деятельности.

Производство культурного продукта, благ и услуг не может обойтись без морально-этического ресурса. Он необходим для реализации совокупности принципов, норм и требований, определяющих согласованность профессионально-нравственных позиций, норм общения и поведения участников социально-культурной деятельности, основанных на совпадении их интересов и доброй воли.

**1. Нормативные ресурсы**

1.1. К нормативным ресурсам клубного учреждения относится совокупность нормативных правовых документов, отражающих правовые, организационные, технические, технологические и другие стороны деятельности.

1.2. Федеральные и региональные законы, другие нормативные акты, принимаемые на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, конкретизируются принятием локальных актов клубных учреждений.

1.3. Нормативные правовые документы предназначены для установления принципов организации внутренней деятельности, урегулирования отношений с пользователями и партнерами, защиты интересов учреждений перед органами государственной власти и местного самоуправления, контролирующими органами.

1.4. Изменения в локальные нормативные акты клубного учреждения вносятся периодически для приведения их в соответствие с нормативно-правовой базой, действующей в Российской Федерации, крае, муниципальном образовании.

1.5. К необходимым нормативным ресурсам клубного учреждения относятся правоустанавливающие документы, документы, регламентирующие отношения с пользователями, договоры с партнерами и сторонними организациями, внутренние (локальные) документы.

1.5.1. Правоустанавливающие документы:

учредительные документы в соответствии с требованиями ст. 52 Гражданского кодекса Российской Федерации (Устав (Положение) о филиале), учредительный договор, распорядительный акт учредителя о создании клубного учреждения);

- свидетельство о государственной регистрации юридического лица;

- свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;

- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;

- акт передачи имущества в оперативное управление или договор аренды; распорядительный акт органа местного самоуправления, осуществляющего управление муниципальным имуществом, о передаче имущества учреждению на правах оперативного управления;

- акт землеотвода; распорядительный акт органа местного самоуправления, осуществляющего управление муниципальным имуществом, о предоставлении земли учреждению на праве бессрочного пользования;

- свидетельство о государственной регистрации прав на объекты недвижимости и земельные участки в соответствии с Федеральным законом от 21.07.2007 № 122-ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним».

1.5.2. Документы, регламентирующие отношения с пользователями:

- правила пользования учреждением (межпоселенческие, городские клубные учреждения и др.);

- положение о платных услугах (с приложением прейскуранта), утвержденное приказом директора учреждения в соответствии с Уставом учреждения;

- договор об оказании услуг;

- журнал учета культурно-массовых мероприятий/работы учреждения;

- журналы учета работы клубных формирований;

другие документы.

1.5.3. Договоры с партнерами и сторонними организациями:

- договоры (соглашения) о совместной социально-культурной деятельности;

- договоры с контрагентами, осуществляющими тепло-, водоснабжение;

другие договоры.

1.5.4. Внутренние (локальные) документы:

- структура учреждения, утвержденная директором учреждения;

- штатное расписание, утвержденное приказом директора учреждения и согласованное с учредителем;

- коллективный договор, принятый в соответствии с действующим
Трудовым кодексом Российской Федерации;

- правила внутреннего трудового распорядка;

- инструкции (по делопроизводству, пожарной безопасности, должностные и др.);

- Положение об аттестации, принятое в соответствии с действующим Трудовым кодексом Российской Федерации;

- Положение об оплате труда, принятое в соответствии с действующим Трудовым кодексом Российской Федерации;

- Положение о стимулирующих, компенсационных и других выплатах, принятое в соответствии с действующим Трудовым кодексом Российской Федерации;

- приказы по основной деятельности и по кадрам;

- информационно-справочные документы (справки, докладные и объяснительные записки, акты, служебные письма);

- планы и отчеты учреждения (годовые, квартальные, месячные) и др.

**2.** **Материально-технические ресурсы** клубного учреждения включают недвижимое имущество – здания, сооружения, обустроенную прилегающую территорию и землю под учреждением, а также движимое имущество – специальное оборудование, технику, инвентарь для производства культурного продукта и обеспечения социально-культурной деятельности.

2.2. Клубное учреждение и его структурные подразделения должны быть размещены в специально предназначенных или приспособленных помещениях (отдельно стоящих зданиях), оснащенных телефонной связью и выходом в Интернет.

2.3. Место расположения клубного учреждения должно быть максимально удобным для населения: в центре села, города, жилого квартала, микрорайона, района города, на пересечении пешеходных путей, вблизи транспортных сообщений, развязок и т. д.

2.4. Клубное учреждение должно организовать свободный доступ для лиц с ограниченными возможностями здоровья (люди с поражением опорно-двигательного аппарата, с недостатками зрения и слуха; лица преклонного возраста и др.) посредством устройства пандусов при входе-выходе, уровневых переходов и проемов дверей, соответствующих строительным ГОСТам.

2.5. Клубное учреждение должно иметь:

* зрительный зал;
* танцевальный зал;
* помещения для проведения мероприятий групповых и индивидуальных форм;
* помещения для работы клубных формирований (не менее 1 помещения на 3 клубных формирования);
* помещения для иных видов основной деятельности;
* административные помещения (кабинет директора, методический кабинет и др.);
* подсобные, санитарно-бытовые и хозяйственные помещения (гардероб, санузел, реквизиторская, костюмерная и др.),
* буфет (по возможности).

2.6. Состояние помещений должно отвечать требованиям правил пожарной безопасности, безопасности труда, санитарно-гигиенических и иных норм, установленных действующим законодательством
2.7. Площадь, занимаемая клубным учреждением, должна обеспечивать размещение работников и получателей культурных услуг в соответствии со строительными нормами и правилами:

* площадь зрительного зала (на 1 место в зрительном зале – 0,65 м²);
* площадь комнат для работы клубных формирований (на 1 человека – от 1,4 до 5 м²);
* площадь танцевального зала с эстрадой (на 1 человека – 1,1 м²);
* площадь помещения для административного и обслуживающего персонала (на 1 человека – 0,03 м2, комната площадью не менее 10 м²);
* туалеты (на 1 посетителя – 0,07 м²).

2.8. В помещениях клубного учреждения должен соблюдаться температурный режим не менее +18 градусов по Цельсию, относительная влажность воздуха – 55%.

2.9. Рабочие места в клубном учреждении должны быть оснащены и оборудованы в соответствии с нормами Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН).

2.10. Клубное учреждение обеспечивается охранно-пожарной сигнализацией и средствами противопожарной защиты в соответствии с нормативными документами действующего законодательства.

2.11. Клубное учреждение должно стремиться к созданию привлекательного внешнего образа, формированию положительного имиджа, доступности для населения.

2.12. Прилегающая к клубному учреждению территория должна быть оборудована подъездными путями и пешеходными дорожками с твердым покрытием, зелеными насаждениями, газонами, цветочными клумбами, садовыми скамейками, эстрадно-танцевальной площадкой, местом для детских игр с аттракционами малых форм, архитектурными сооружениями, специально оборудованной площадкой для проведения физкультурно-оздоровительных мероприятий и народных игр.

2.13. На фасаде здания или прилегающей территории должно быть видимое, четко читаемое и легко узнаваемое название клубного учреждения, на входе – вывеска с обязательным указанием полного наименования учреждения и режима работы, на информационном стенде внутри
помещения – план работы на месяц с конкретной информацией о мероприятиях и перечень клубных формирований с указанием руководителя, кабинета и расписания занятий.

2.14. Клубное учреждение и его структурные подразделения укомплектовываются специальным оборудованием (аппаратурой, приборами, мебелью, инструментами), отвечающим требованиям стандартов, технических условий, других нормативных документов и обеспечивающим надлежащее качество предоставляемых населению культурных услуг.

2.15. Специальное оборудование и аппаратуру следует использовать строго по назначению в соответствии с эксплуатационными документами, содержать в технически исправном состоянии и систематически проверять.

2.16. Неисправное специальное оборудование и аппаратура должны быть сняты с эксплуатации, заменены или отремонтированы (если они подлежат ремонту), а пригодность должна быть подтверждена проверкой.

2.17. Состояние электрического оборудования определяется путем проведения визуального осмотра, замеров сопротивления изоляции (проверка качества изоляции проводов) специалистом в данной области.

2.18. В клубном учреждении осуществляется постоянный контроль уровня шума и вибрации. Мощность звучания в зрительном зале при звукоусилении не должна превышать 96 децибел, при звуковом оформлении – 100 децибел.

2.19. В клубном учреждении должен быть разработан комплекс упреждающих мероприятий, направленных на предотвращение чрезвычайных ситуаций (пожары, стихийные бедствия, террористические акты и др.) и обеспечение защиты посетителей и персонала, безопасность материально-технических ресурсов.

2.20. Персонал клубного учреждения должен пройти подготовку по оказанию первой медицинской помощи. Аптечка должна находиться на виду в легкодоступном месте.

**3. Информационные ресурсы**

3.1. Информационные ресурсы – совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации, зафиксированных на материальном носителе, предназначенных для автоматизированной обработки и предоставляемых другим людям на коммерческой или некоммерческой основе.

3.2. Клубное учреждение при осуществлении своей деятельности должно активно использовать следующие виды информационных ресурсов:

* печатные (брошюры, буклеты, плакаты, афиши, газеты, журналы и др.);
* аудиовизуальные (аудио-, видеоролики, видео-, кинофильмы,
радио и др.);
* Интернет (сайты, порталы и др.);
* базы данных (архивы, реестры, фонды, электронные каталоги и др.).

**4. Финансовые ресурсы**

4.1. Финансовые ресурсы клубного учреждения – это совокупность денежных средств, получение и использование которых не противоречит действующему законодательству Российской Федерации.

4.2. Финансирование клубного учреждения осуществляется за счет средств бюджета муниципального образования, региональных и местных внебюджетных фондов, субсидий, целевых программ, пожертвований, спонсорских средств со стороны организаций и частных лиц, доходов от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности.

4.3. Бюджет клубного учреждения предусматривает расходы на осуществление уставных целей деятельности учреждения:

* содержание персонала (оплата труда с начислениями, выплата надбавок за квалификационные категории по результатам аттестации и иных надбавок, ежегодные расходы на повышение квалификации кадров);
* содержание здания и оборудования (коммунальные услуги, текущий и капитальный ремонт, аренда, техническое обслуживание и т. д.);
* содержание прилегающей территории, филиалов и иных объектов, входящих в состав учреждения;
* осуществление организационно-методической, культурно-просветительской и культурно-досуговой деятельности;
* реализация творческих проектов: новых постановок, представлений, концертных программ, фестивалей, выставок и других видов культурно-досуговых мероприятий;
* обеспечение деятельности клубных формирований (приобретение сценических костюмов, обуви, реквизита, оплата командировочных расходов при выездах на концерты, фестивали, конкурсы и т. д.);
* другие затраты, связанные с уставной деятельностью.

**5. Кадровые ресурсы**

5.1. Кадровые ресурсы – руководители и специалисты, обеспечивающие предоставление культурно-досуговых услуг населению (административный и творческий состав), а также служащие и рабочие, обеспечивающие деятельность клубного учреждения (технический персонал).

5.2. Клубные учреждения должны располагать необходимыми и достаточными кадровыми ресурсами для реализации уставных целей.

5.3. Все специалисты клубного учреждения должны иметь соответствующее образование и профессиональную квалификацию.

5.4. Все руководители и специалисты клубного учреждения не реже
одного раза в 5 лет должны проходить повышение квалификации по любой из установленных форм (стажировка – от 72 часов, мастер-класс – от 36 часов, курсы повышения квалификации – от 108 часов и т. д.).

5.5. Повышение квалификации является обязательным условием при прохождении работником клубного учреждения аттестации на присвоение квалификационной категории.

5.6. Размер финансовых средств, предназначенных для обучения сотрудников клубного учреждения, должен составлять не менее 0,5% от фонда заработной платы.

5.7. Руководство клубного учреждения и его учредитель обеспечивают реализацию программы непрерывного образования всего персонала, ориентируясь на разнообразные формы повышения квалификации по различным направлениям профессиональной деятельности как на уровне муниципального образования, так и края, страны, зарубежья.

5.8. Порядок проведения аттестации устанавливается трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, локальными нормативными актами, принимаемыми с учетом мнения представительного органа работников, в том числе Положением об аттестации, утвержденным приказом директора учреждения и согласованным с профсоюзным комитетом.

5.9. Специалисты клубного учреждения развивают способность к творческой и инновационной деятельности, участвуют в реализации стратегии развития учреждения и муниципального образования, проектной и аналитической деятельности.

5.10. Сотрудники клубного учреждения должны иметь опрятный внешний вид, нагрудные бейджи с указанием фамилии, имени, отчества и должности.

5.11. Руководство клубного учреждения и его учредитель обеспечивают оптимальное количество сотрудников, необходимое для выполнения уставной деятельности.

5.12. Штатное расписание клубного учреждения определяется с учетом приоритетных направлений и основных показателей деятельности, расчетов норм времени на виды выполняемых работ.

5.13. Руководство клубного учреждения и его учредитель обеспечивают социальную и профессиональную защиту сотрудников клубного учреждения в рамках трудового договора, создают удовлетворительные условия труда для работников, оказывают всестороннюю поддержку молодым специалистам и наиболее результативным работникам [6].

**2.4 Показатели эффективности клуба**

Разработка показателей эффективности деятельности клубного учреждения обусловлена необходимостью оценки качественного и количественного выполнения им своих функций.

Для оценки эффективности работы клубного учреждения используются две группы показателей деятельности:

1. Социально значимые результаты:
* количество посетителей (человек) мероприятий;
* охват населения услугами (% от общей численности населения обслуживаемой территории);
* количество клубных формирований (единиц) и изменение (рост, снижение) числа участников клубных формирований по сравнению с предыдущим годом (%);
* количество культурно-досуговых мероприятий (всего, в том числе на платной основе), проведенных за год (единиц) и их средняя посещаемость (человек);
* доля культурно-досуговых мероприятий для наименее социально защищенных категорий населения: детей и подростков, пенсионеров, людей с ограниченными возможностями здоровья и др. (% от общего числа культурно-досуговых мероприятий);
* доля новых форм культурного обслуживания населения (% от общего количества предоставляемых услуг);
* количество коллективов, имеющих почетное звание Красноярского края «Народный самодеятельный коллектив», «Народная самодеятельная студия», «Образцовый художественный коллектив».

2. Экономическая эффективность:

* доходы от уставной и предпринимательской деятельности в расчете на одного специалиста (рублей); доходы от уставной и предпринимательской деятельности из расчета на квадратный метр площади (рублей);
* средняя посещаемость платных мероприятий (человек);
* средняя цена одного посещения клубного учреждения (рублей), расчет по поступлениям от основной деятельности в рублях и в % от минимальной заработной платы;
* себестоимость одного посещения клубного учреждения (рублей) и его изменение (рост, снижение) по сравнению с предыдущим годом (%);
* удельный вес бюджетного финансирования в себестоимости посещений клубного учреждения за год (%);
* средняя заработная плата работника клубного учреждения (рублей в месяц) и её уровень по сравнению со среднемесячной заработной платой в сфере экономики муниципального образования.

Важной стороной оценки эффективности деятельности клубного учреждения является учёт мнений потребителей культурных услуг путём проведения регулярных социологических исследований по проблемам культурного обслуживания населения (устные формы: опрос, интервью, беседа, телефонный экспресс-опрос и др., письменные формы: анкетирование, книга отзывов посетителей, комплексное исследование и др.).

Одним из инструментов оценки эффективности деятельности клубного учреждения является разработка в каждом муниципальном образовании стандартов качества оказания муниципальных услуг, в рамках которых должны быть прописаны требования к режиму работы учреждений, объёму оказываемых муниципальных услуг, информационному обеспечению получателей муниципальных услуг при обращении и в ходе получения муниципальных услуг, а также к срокам оказания муниципальных услуг учреждениями культуры всех видов, в том числе клубными учреждениями.

**2.5 Оказание услуг клубного учреждения и**

**требования к услугам клуба**

Услуги клубных учреждений оказываются населению как на льготной (в том числе бесплатной), так и на платной основе. Клубное учреждение может предоставлять льготы различным категориям населения (пенсионеры, инвалиды, дети-сироты, учащиеся, военнослужащие, многодетные семьи и др.). Порядок установления льгот определяется нормативными правовыми актами муниципального образования и локальными документами учреждения в строгом соответствии с федеральным законодательством и законодательством Красноярского края.

Соотношение количества и видов платных и льготных (в том числе бесплатных) услуг должно быть сбалансированным, экономически обоснованным и соответствовать выполнению плановых показателей клубного учреждения.

Клубное учреждение самостоятельно определяет перечень предоставляемых услуг согласно своим функциям и решаемым задачам и в зависимости от специфики обслуживаемых потребителей, вида клубного учреждения (в соответствии с уставом).

Услуги клубного учреждения носят интегрированный характер и могут быть предоставлены в различных формах (массовых, камерных, групповых, индивидуальных) на любых закрытых и открытых площадках.

Заказчиками услуг клубного учреждения могут быть все субъекты гражданско-правовых отношений:

* органы местного самоуправления;
* юридические лица;
* физические лица.

Для несовершеннолетних граждан могут быть установлены ограничения доступа к услугам (по времени, возрасту, необходимости присутствия сопровождающего лица и др.).

Потребителю может быть отказано в предоставлении услуг клубного учреждения в следующих случаях:

* нахождение потребителя в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения;
* нахождение потребителя в социально неадекватном состоянии (например, враждебный настрой);
* отсутствие билета (абонемента) на предоставление платной услуги;
* обращение потребителя за получением услуги в дату и (или) время, не соответствующие дате и (или) времени, указанным в билете (за исключением переноса исполнителем услуги ввиду форс-мажорных обстоятельств).

Предоставление услуги клубного учреждения может быть приостановлено ответственным лицом в случаях:

* аварийной ситуации в помещениях (на территории), где осуществляется услуга;
* противоречия содержания мероприятия общепринятым нормам общественной морали и нравственности;
* употребления потребителем табака, алкогольных напитков, наркотиков и др.;
* создания реальной угрозы нормальному функционированию организаций, расположенных вблизи места оказания услуги;
* пропаганды порнографии;
* пропаганды насилия, национальной и религиозной нетерпимости, терроризма и других проявлений экстремизма.

При оказании услуг по организации и проведению культурно-массовых мероприятий клубное учреждение руководствуется перечнем общих требований к услугам, установленным в соответствии с ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг» (табл. 7).

Таблица 7. Общие требования к услугам клубного учреждения

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Вид требования** | **Характеристика услуги** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1. | Соответствие целевому назначению | Должна быть направлена на удовлетворение духовных, интеллектуальных, эстетических, информационных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга, просвещение, свободное участие граждан в культурной жизни общества, приобщение их к культурным ценностям |
| 2. | Социальная адресность | Должна быть доступна для потребителей различных социально значимых категорий, соответствовать ожиданиям, финансовым и физическим возможностям различных групп потребителей |
| 3. | Комплексность | Должна обеспечивать возможность не только присутствия или участия потребителя, но и получения потребителем сопутствующих услуг, создающих условия для более полного удовлетворения потребностей (организация работы точек питания, пунктов реализации тематической и сувенирной продукции, туалетов и др.) |
| 4. | Эргономичность и комфортность | Должна обеспечивать комфортные и качественные условия для потребителя в процессе обслуживания (удобство места проведения мероприятия, оснащение необходимым оборудованием и аппаратурой и др.) |
| 5. | Эстетичность | Должна обеспечиваться соответствием планировочных решений и оформления мест проведения мероприятий их функциональным требованиям и композиционной, архитектурной целостностью, гармоничностью оформления пространства, чистотой помещения, аккуратностью и опрятностью внешнего вида сотрудников, занятых в оказании услуги |
| 6. | Точность и своевременность предоставления | Должна соответствовать установленному режиму работы клубного учреждения, срокам подготовки и проведения мероприятия, правилам или согласованным условиям договора о предоставлении услуги |
| 7. | Информативность | Должна предусматривать полное, достоверное, своевременное, необходимое и наглядное информирование потребителя о предоставляемой услуге, дающее возможность правильного и свободного выбора, происходящее или расположенное непосредственно в помещениях клубного учреждения (стенды, афиши, программки, громкие оповещения через радиорубку и др.) либо носящее внешний характер (растяжки на фасаде здания, уличные плакаты, сайты в сети Интернет, телефонные оповещения, радиомашины, аниматоры и др.). Информация об услуге в обязательном порядке должна содержать наименование культурно-массового мероприятия, сведения об имеющихся противопоказаниях для получения услуги, дату(-ы) и время оказания услуг, цену в рублях, правила и условия оказания услуги, сервисную информацию (номера справочных телефонов, адреса официальных сайтов, электронной почты, указание на конкретное лицо, которое будет оказывать услугу (по необходимости), адрес (место нахождения), фирменное наименование учреждения, график работы исполнителя услуг и др.), указание на использование фонограмм |
| 8. | Безопасность для жизни и здоровья обслуживаемого населения и персонала клубного учреждения, сохранность имущества обслуживаемого населения | Должна обеспечиваться безопасностью помещений, зданий, конструкций, оборудования, инвентаря, условий обслуживания потребителей и соблюдением персоналом санитарных и других установленных требований |

 На платной основе с целью получения дополнительных финансовых средств для осуществления уставной деятельности могут оказываться следующие услуги:

* проведение культурно-массовых мероприятий;
* обучение в платных кружках, студиях, на курсах;
* предоставление оркестров, ансамблей, самодеятельных художественных коллективов и отдельных исполнителей для проведения семейных, корпоративных и гражданских праздников и торжеств;
* оказание консультативной, информационно-методической и организационно-творческой помощи в подготовке и проведении культурно-досуговых мероприятий;
* предоставление сценических костюмов, реквизита, культурного и другого инвентаря;
* осуществление аудио- и видеозаписей отечественных и зарубежных музыкальных и художественных произведений;
* предоставление услуг по прокату звукоусилительной, осветительной аппаратуры и другого профильного оборудования;
* изготовление сценических костюмов, обуви, реквизита;
* предоставление игровых комнат для детей (в специально оборудованных помещениях с педагогом-воспитателем на время проведения мероприятий для взрослых);
* организация в установленном порядке спортивно-оздоровительных клубов и секций, групп туризма и здоровья, компьютерных клубов, игровых и тренажерных залов и других подобных игровых и развлекательных досуговых объектов;
* организация и проведение ярмарок, аукционов, выставок-продаж;
* предоставление помещений в аренду;
* предоставление услуг по организации отдыха посетителей;
* предоставление сопутствующих услуг: прокат музыкальных инструментов, продажа репертуарно-методических материалов;
* организация культурного обслуживания на дому лиц с ограниченными возможностями;
* другие виды платных услуг, содействующих достижению уставных целей.

 На льготной основе преимущественно предоставляются услуги:

* по проведению общественно и социально значимых мероприятий (государственные праздники, знаменательные события в жизни страны, края, муниципального образования, общественные акции, фестивали, смотры, конкурсы и т. п.);
* по культурному обслуживанию наименее социально защищенных слоев населения (пенсионеры, инвалиды, дети из малообеспеченных семей, дети-сироты, многодетные семьи и т. п.).

**2.6 Организация работы клубных формирований**

Клубные формирования подразделяются на два основных вида: самодеятельные объединения досугового общения и коллективы любительского (самодеятельного) творчества.

1. Самодеятельные объединения досугового общения – организационно оформленное добровольное объединение людей, занятых социально полезной деятельностью с целью удовлетворения разнообразных духовных запросов и интересов в сфере свободного времени. Целью участников является общение с единомышленниками. Работа строится на принципах самоуправления. Руководство осуществляется на общественных началах. Количественный состав может быть непостоянным, график встреч и занятий может быть нефиксированным. Основными формами являются:
* студии технического творчества, литературные и музыкальные объединения,
* дискуссионные клубы,
* студии молодежных субкультур,
* клубы семейного творчества,
* авторской песни,
* исторического реконструкции,
* цветоводства,
* объединения фото-, видеолюбителей,
* клубы веселых и находчивых, пожилого человека, женские клубы,
* кружки мягкой игрушки,
* студии изобразительного искусства и другие.

Главные направления их деятельности:

* общественно-политическое;
* художественно-творческое;
* культурно-досуговое;
* научно-познавательное;
* технического творчества;
* спортивно-оздоровительное;
* коллекционно-собирательское;
* семейно-бытовое;
* профессиональное;
* социально-демографическое и другие.

2. Коллективы любительского (самодеятельного) художественного творчества – форма организованной деятельности группы людей, основанной на общности художественных интересов, совместном учебно-творческом процессе по освоению теоретических основ и исполнительских навыков в каком-либо виде любительского искусства (музыкальное, театральное, хореографическое, цирковое и др.). Классифицируются по жанрам (драматический, комедийный, пародия, пантомима и др.), составу исполнителей (детский, молодёжный, взрослый, мужской, женский, смешанный и др.). Направление их деятельности – академическое; народное; эстрадное и другие. Представлены следующими формами:

* оркестры и инструментальные ансамбли (духовые, струнных инструментов, народных инструментов и др.);
* вокально-инструментальные ансамбли;
* хоры и вокальные ансамбли (академические, русской песни, фольклорные, эстрадные и др.);
* хореографические коллективы (ансамбли народного, эстрадного, спортивного танца и др.);
* театральные коллективы (драматические, эстрадные, кукольные, агитбригады, художественного слова и др.);
* цирковые коллективы и другие.

Клубные формирования создаются, реорганизуются и ликвидируются по решению руководителя учреждения. Клубные формирования в рамках своей деятельности:

* организуют систематические занятия в формах и видах, характерных для данного клубного формирования (репетиция, лекция, урок и др.);
* проводят творческие отчёты, концерты, выставки, конкурсы, соревнования, показательные и открытые занятия, творческие лаборатории, мастер-классы и др.;
* участвуют в мероприятиях учреждения;
* участвуют в муниципальных, краевых, общероссийских и международных фестивалях, смотрах, конкурсах, выставках и т. п.;
* используют другие формы творческой работы и участия в культурной и общественной жизни.

Клубные формирования имеют следующие документы:

* Положение о клубном формировании;
* планы учебно-творческой работы на календарный год;
* расписание коллективных и индивидуальных занятий;
* журнал учёта работы клубного формирования.

Клубные формирования, действующие на принципах частичной или полной самоокупаемости, дополнительно имеют смету доходов и расходов. За достигнутые успехи на основании указа Губернатора коллективу может быть присуждено почетное звание «Народный самодеятельный коллектив» («Народная самодеятельная студия», «Образцовый художественный коллектив»). Наполняемость клубных формирований участниками определяется руководителем учреждения исходя из трёх основных позиций:

* формат клубного формирования (кружок, группа – 10-15 человек, коллектив – 15-20 человек);
* возраст участников клубного формирования;
* источник финансирования.

Продолжительность занятий клубных формирований устанавливается руководителем учреждения с учётом возрастных особенностей участников (табл. 5).

Таблица 5. Рекомендуемая продолжительность занятий

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Возраст участников** | **Периодичность** | **Продолжительность** |
| 1 | 2 | 3 |
| Дошкольный и младший школьный возраст | 2 раза в неделю | 30-45 минут |
| Средний и старший школьный возраст | 2, 3 раза в неделю | 1,5 академических часа с перерывом 10 минут |
| Взрослые | 2, 3 раза в неделю | 1,5 академических часа с перерывом 10 минут |

В клубном учреждении должна осуществляться информационно-методическая работа. Информационно-методическая работа клубного учреждения – это непрерывный, целенаправленный процесс анализа:

* культурно-досуговых интересов и потребностей жителей муниципального образования;
* содержания услуг, предоставляемых учреждением населению;
* внедрения и развития традиционных и инновационных социально-культурных технологий;
* эффективности механизмов управления социально-культурными ресурсами;
* информационного сопровождения деятельности учреждения.

Современная методика должна основываться на целях, поставленных государством перед отраслью «культура», и учитывать особенности каждой конкретной территории: культурно-географическое положение, социально-демографическую ситуацию, культурные ценности и традиции, историко-культурный потенциал, культурно-досуговые интересы и потребности населения.

Информационно-методическое обеспечение клубной деятельности в муниципальных образованиях состоит в эффективной организации культурно-досуговой работы на основе использования широкого спектра социально-культурных технологий (управленческих, культурно-творческих, культурно-развлекательных, просветительских, рекреационных, социально-культурных, реабилитационных и др.).

Функции информационно-методического обеспечения деятельности клубного учреждения в муниципальных образованиях осуществляются методическими службами,способствующими единству действий органа управления культуры и клубных учреждений по созданию условий для участия населения в культурной жизни путем определения приоритетов клубной работы, ее содержания, форм, методов. Орган управления культурой и их структурные подразделения в рамках информационно-методического обеспечения осуществляют следующие функции:

* обучение, повышение квалификации персонала;
* изучение культурных запросов, потребностей и интересов населения;
* внедрение и продвижение инновационных проектов и технологий;
* оказание разносторонней методической и практической помощи специалистам;
* осуществление методического анализа деятельности учреждений.

Эти функции реализуются через виды и формы деятельности:

* Мониторинг деятельности клубных учреждений;
* аналитическое обобщение хода и результатов творческих и социально-культурных процессов;
* ведение баз данных;
* проведение социологических и маркетинговых исследований;
* информационное обеспечение клубных учреждений по направлениям деятельности;
* методическое обеспечение и координация процессов сохранения и развития народного творчества и культурно-досуговой деятельности;
* разработка отраслевых целевых программ;
* методическая помощь в реализации комплексных социокультурных программ;
* организационно-методическое сопровождение и реализация проектов и программ в сфере традиционной народной культуры, любительского искусства, народного творчества, культурно-досуговой деятельности;
* методическое сопровождение подготовки общественно-культурных акций, массовых праздников, театрализованных представлений;
* разработка методических материалов по различным аспектам народного творчества и культурно-досуговой деятельности;
* организация семинаров, курсов, стажировок, мастер-классов, других форм обучения и повышения квалификации;
* осуществление справочной, информационной, рекламно-маркетинговой, издательской деятельности;
* оказание консультативной, методической и практической помощи клубным учреждениям в организации культурно-досуговых мероприятий, деятельности клубных формирований, разработке локальных правовых актов;
* обеспечение клубного учреждения необходимыми нормативными правовыми документами.

***Контрольные вопросы и задания***

1. *Чем занимаются клубные учреждения?*
2. *Какие вида клубных учреждений существуют и чем они отличаются?*
3. *Какие ресурсами обладает клубное учреждение?*
4. *Выявите критерии эффективности клубных учреждений?*
5. *Раскройте лимитирующие факторы предоставления услуг клубного учреждения?*
6. *Назовите основные требования к услугам клубного учреждения и охарактеризуйте их?*

****Глава 3. Технологии организации клубной деятельности****

****3.1 Формирование концепции клуба****

Актуальность разработки концепции обусловлена:

* динамикой происходящих изменений в социокультурной среде современного общества,
* современными тенденциями развития клубов как институтов, обеспечивающих сохранение нематериального культурного наследия,
* необходимостью повышения уровня управляемости социальными процессами с помощью не директивных методов (культурных, информационных, просветительных, методологических и так далее).

Концепция даёт возможность определить базисные принципы и идеи, на которых будет построена стратегия развития клубного дела.

Стратегическая цель концепции – создание эффективной системы культурно-досугового обслуживания населения, способствующей духовно-нравственному самоопределению личности, развитию творческих инициатив широких слоёв населения, сохранению и распространению нематериального культурного наследия.

Для достижения основной цели Концепции необходимо решение следующих задач:

* обеспечение учреждений культуры клубного типа квалифицированными кадрами;
* улучшение материально-технической базы учреждений культуры клубного типа;
* формирование новых способов управления деятельностью учреждений культуры клубного типа;
* обеспечение равного доступа всех категорий и групп населения к культурно-досуговому продукту независимо от места проживания;
* расширение спектра предоставляемых населению культурно-досуговых предложений;
* увеличение степени вовлечённости различных социальных групп в деятельность клубных формирований;
* создание условий для массового охвата населения деятельностью учреждений клубного типа;
* повышение просветительской роли учреждений клубного типа среди населения, особенно среди подрастающего поколения;
* поддержание баланса инновационности и традиционности в деятельности учреждений клубного типа.

## **Создание концепции клуба состоит из следующих основных моментов и идей проекта:**

* Информация о проекте (резюме, концепция заведения, функциональная и организационная структура, эскизы интерьеров, название и логотип).
* Маркетинговые исследования (анализ рынка, конкуренция, сегмент рынка, ценовая политика).
* План по расходам и прибыли (предполагаемый объем доходов и расходов и то, каким образом это будет достигнуто. Технико-экономическое обоснование проекта).
* Инвестиции (источники и детализированная смета расходов на реализацию проекта).
* План по ресурсам (список и сроки обеспечения необходимыми ресурсами).
* Финансовый план (обобщающий все перечисленное в цифрах).
1. *****Описание идеи клуба*****. В концепции клуба идея должна из абстрактной мысли превратиться в законченную и оформленную стройную идею, которой можно будет руководствоваться в дальнейшем при планировании и строительстве клуба. Идея включает в себя помимо новаторского решения, которое привнесёт на клубную сцену города, ещё и описание наиболее выгодной ценовой и музыкальной политики, целевой аудитории и даже интерьерных решений будущего заведения.

2. *****Описание целевой аудитории и класса заведения.***** Описание потенциального клиента, который будет посещать клуб – это ключевая часть концепции, к которой следует подойти с максимальной ответственностью. Именно гости клуба будут приносить доход и наращивать популярность площадки. Поэтому на этапе разработки концепции клуба следует максимально точно обрисовать портрет будущего клиента. Подробное описание позволит прогнозировать формат клуба, который будет результативен. Важно знать: возраст, социальный статус потенциального клиента, доход, его интересы, предпочтения, уровень образования, предполагаемое количество посещений клуба в неделю, мотивы и цели посещения, сколько готов тратить денег и прочие. Вся концепция будет в дальнейшем базироваться именно на этом исследовании потребителя, следовательно стоит подходить к нему со всей внимательностью и аккуратностью. Рекомендуется такое исследование проводит в бытность клуба ежегодно, что даст возможность мониторинга клиентской базы. Обычно подобные исследования могут быть посвящены трем темам:

* получение информации о том, насколько изменился и каков типичный член клуба (возраст, увлечения, пол, сфера заня­тости);
* исследование качества услуг, предоставляемых клубом;
* исследования, касающиеся рекомендаций членов клуба по улучше­нию его инфраструктуры. (См. Приложение А).

Все это даст возможность определиться с классом будущего заведения: люкс, средний, бюджетный или какой-либо ещё. Важно объективно понимать потенциал города, географию, численность, уровень жизни, социального и экономического благополучия населения. Развитие развлекательной и клубной индустрии, менталитет и культурные традиции людей.

3. ***Планировочные решения*.** Качество работы клуба во многом будет зависеть от того, каким образом вы распланируете зоны вашего будущего помещения. Для того, чтобы спланировать эти помещения максимально эффективно, стоит разработать не один, а сразу несколько вариантов распределения пространства, продумать степень функциональности помещений, затем проанализировать все возможные решения и на основании этого анализа выбрать оптимальный вариант. Клубные сооружения должны быть ориентированы на осуществление разнообразных видов досуговой деятельности. Типичный состав помещений клуба включает зрительский ком­плекс, демонстрационный и клубный комплексы, админист­ративно-хозяйственные и технические помещения (рис. 1).

К помещениям зрительского комплекса относятся вести­бюль, фойе, санитарные узлы. Демонстрационный комплекс образуют зрительный зал (залы) со сценой (или эстрадой), по­мещения для обслуживания концерта или кинопоказа. Клубный комплекс помещений образуют помещения для лекционно-информационной работы, для работы кружков и студий, для отдыха, развлечений, общения.

Зрительный зал клуба предназначен для многоцелевого ис­пользования. Он должен быстро и относительно легко транс­формироваться. Пол помещения должен быть плоским в одном уров­не. Мебель следует предусмотреть мобильной или стационарной, но легко демонтируемой. Целесообразно иметь естественное освещение зала.

Внутреннее пространство клуба должно быть комфортным, уютным, располагать к общению. Индивидуализированный ин­терьер призван создавать особую клубную атмосферу.

Функциональные связи помещений клуба показаны на рис. 1.



Рис. 1. Состав помещений клуба

Оценка эффективности функциональных связей выполняется с учётом их обязательности и интенсивности. Так, достаточно удачным выглядит согласование работы зала с фойе, вестибюлем, гостиной, танцзалом. Та же схема, но без связи с танцзалом признается неудачной. Ограничивать связи танцзала лишь с фойе и вестибюлем нецелесообразно. Существен­ны связи танцзала также с кафе, залом, гостиной.

Интегрированное использование помещений в клубах достигается за счёт исключения дублирующих площадей и поме­щений, которые будут образовываться, если для каждого из видов деятельности (развлекательной, игровой, просвети­тельской и пр.) создавать отдельную материально-техническую базу. Некоторые помещения допускают многофункциональ­ное использование. Например, в клубных помещениях можно проводить репетиции вокальных кружков. Предусматривается также объединение смежных помещений одного назначения и использование их для иного вида деятельности (например, объединение двух клубных помещений для театрального зре­лища).

**Примерный состав концепции клуба:**

• выбор помещения;

• определение музыкального формата;

• зонирование;

• планировочные решения с учётом особенностей помещения;

• распределение гостевых потоков при различных мероприятиях;

• схема движения персонала и описание концепции обслуживания;

• предварительная расстановка технологического оборудования;

• определение функционального назначения всех помещений;

• расстановка мебели и оборудования;

• эскизы интерьера;

• варианты названия и логотипа;

• эскизы формы персонала;

• концепция меню бара и кухни;

предварительная спецификация на отделочные материалы и оборудование.

1. ***Описание стилистической концепции оформления интерьеров.*** Интерьер – очень важная составляющая любого клуба. Для грамотного планирования интерьера клуба потребуется та самая концепция.
2. *****Варианты названия заведения******.* Опыт показывает, что название обычно рождается ещё на стадии зарождения идеи клуба.
3. ***Стартап клуб*а** – это программа мер по подготовке к открытию и продвижению заведения на рынке, основная задача которых заключается в том, чтобы выстроить основные бизнес-процессы и довести проект до уровня штатного функционирования. К процессу подготовки клуба к запуску в коммерческую эксплуатацию относится:

• разработка и проработка меню бара и кухни;

• постановка работы арт-группы;

• подбор и обучение персонала;

• изготовление меню, формы, корпоративной и имиджевой продукции.

**Комплексный план стартапа проекта и его пошаговая реализация является одним из ключевых факторов успешного развития клуба.**

**3.2 Технология создания репутации клуба**

В условиях обострения конкуренции на рынке культурных услуг клубному учреждению необходимо заботиться о формировании собственного положительного имиджа– привлекательного образа для населения.

Основными компонентами формирования положительного имиджа клубного учреждения являются:

1. Содержательный – оказание услуг клубного учреждения на высоком профессиональном уровне.

2. Информационный – включает в себя выработку знаков (символов) учреждения – фирменного стиля:

* название и аббревиатура названия (желательны их краткость и благозвучие);
* эмблема или специально выполненное написание аббревиатуры (или их комбинация);
* лозунги (слоганы) – фразы, в которых кратко выражена миссия клубного учреждения, его назначение в обществе, смысл существования;
* логотип – особое написание названия клубного учреждения и его юридического адреса, которое используется в бланках документов.

3.  Архитектурный – включает в себя:

* размещение (месторасположение);
* внешний вид здания (архитектурная эстетика, дизайн);
* видимое и легко узнаваемое название и грамотная визуальная реклама (баннеры, растяжки, афиши и т. д.);
* свободные подходы, чистота и благоустройство прилегающей к зданию территории (парк, садик, цветники, аллеи, места для детских игр);
* наличие автомобильной стоянки или навеса для велосипедов;
* инженерные конструкции, создающие условия инвалидам для успешного пользования зданием.

4. Оформительский – предполагает хорошо продуманное оформление внутренних помещений (дизайн интерьера): приемных, репетиционных, публичных и др., современное оснащение рабочих мест, санитарное состояние помещений общего пользования.

5. Культура внутриорганизационных отношений, или корпоративная культура – включает ценности, нормы, образы (модели) поведения, принятые в учреждении:

* стиль управления (соблюдение служебного этикета, следование правилам субординации, отношение к персоналу, система поощрений и наказаний, предоставление возможностей профессионального роста, повышения квалификации, продвижение по службе);
* стиль деловых отношений (обязательность, личная заинтересованность и ответственность, точность, оперативность, профессионализм руководителя и сотрудников);
* личная культура руководителя клубного учреждения и его сотрудников (требования к внешнему виду, образованию, особенностям личности, нравственной культуре и т. д.);
* традиции (обряды, ритуалы, церемонии, общие празднования, принятые в коллективе).

Клубное учреждение формирует свой положительный образ, привлекая на свою сторону общественное мнение. Прежде всего, этому способствует пиар-деятельность, состоящая из следующих направлений:

* систематическое взаимодействие со СМИ (газеты, журналы, ТВ и РВ, интернет-издания);
* разработка и проведение специальных пиар-акций, направленных на общественность;
* установление партнерских отношений с иными организациями;
* создание собственного сайта при наличии соответствующих возможностей или присутствие на сайте администрации муниципального образования.

Веб-сайт клуба (с зоной «только для членов клуба») Каждый из нижеперечисленных разделов предоставляет крат­кую информацию о проводимых событиях, детальная информа­ция о ближайших мероприятиях предоставляется только членам клуба. Также на домашней странице размещены ссылки на разделы «только для членов клуба»: кто является членами комите­тов, встречи членов комитетов, внутренние контакты клуба. О клубе (история, приветственное слово президента клуба). Структура управления клубом. Виды членства. Услуги для членов клуба. Календарь событий. Ресторанное обслуживание. Размещение. Фотогалерея. Фитнес и здоровье. Контакты. Информация только для членов клуба (members only). Внутриклубные документы. Специализированные программы внутриклубных.

Большую роль в популяризации клубной деятельности играет информационная поддержка(промоушен). Есть два варианта размещения информации рекламного характера: коммерческий и бартерный. Коммерческая основа подразумевает под собой размещение рекламы за деньги по расценкам, которые установлены в том средстве массовой информации, где вы хотите разместить рекламу. При этом имейте ввиду, что если вы планируете задействовать более одного средства массовой информации одного вида (например, две радиостанции или два журнала), то это совсем не означает, что везде один и тот же прайс на размещение рекламы. Располагая рекламным бюджетом, вы имеете возможность разместить прямую рекламу в любых средствах массовой информации – на радио, телевидении, в изданиях, задействовать наружную рекламу и т. д. Имейте в виду, что при большом объеме рекламного пакета, который вы покупаете в СМИ, у вас есть возможность получить скидки.

Бартерный вариант размещения информации подразумевает под собой взаимовыгодные условия между вами и средством размещения рекламы, т. е. по сути, вы становитесь обоюдными рекламодателями вместе. Например, за размещение вашей рекламы в журнале вы должны предложить изданию размещение любой информации о нем (логотип, указать его информационную поддержку и т. д.), в максимально возможном объёме, которым вы располагаете. Имейте при этом ввиду, что для бартерных условий размещения рекламы ваша рекламная кампания должна быть максимально широкой и рассчитанной на большое количество аудитории, чтобы средству массовой информации, которому вы предложите бартерные условия, было интересно и выгодно вместо денег за размещение вашей рекламы получить рекламу о себе в других СМИ, с которыми вы сотрудничаете. Размещение рекламы таким образом на радио или телевидении возможно только в случае, если вы имеете хорошие отношения с руководством канала или станции. Также существует полукоммерческий или полубартерный вариант размещения рекламы – он включает в себя какую-то часть оплаты за размещение рекламного объёма и частичный взаимовыгодный обмен рекламными ресурсами. Для полноты картины составьте себе список из всех доступных рекламных ресурсов, известных на сегодня:

1. Радио.

2. Телевидение.

3. Издания.

4. Наружная реклама.

5. Интернет.

6. Полиграфия.

Из всех этих ресурсов выделите те, использование которых для вас представляется возможным и решите, какие рекламные объёмы вам нужны и насколько вы в состоянии их потянуть по имеющимся возможностям.

При этом существует информационная поддержка мероприятия post-factum, т. е. уже после его прохождения. Это освещения различными средствами массовой информации вашей вечеринки. Для этого необходимо связаться с журналистами изданий, ведущими радиостанций и телеканалов, заинтересовать их предстоящим мероприятием, чтобы у них появилось желание его посетить и сделать материал о том, как оно прошло.

Предварительная реклама работает на предстоящее мероприятие, а освещение проведения мероприятия работает на будущее.

Проведение культурно-массового мероприятия так же требует особого внимания и следующих мер:

* обеспечение работы контрольно-распорядительной службы;
* обеспечение работы режиссёрско-постановочной группы;
* контроль выполнения сотрудниками функциональных обязанностей;
* проверка на соответствие места проведения мероприятия установленным мерам безопасности;
* незамедлительное сообщение должностным лицам правоохранительных органов, осуществляющим обеспечение безопасности потребителя на мероприятии, оказание всесторонней помощи и неукоснительное выполнение их указаний в случае возникновения предпосылок к совершению террористических актов, экстремистских проявлений, беспорядков и других противоправных действий;
* демонтаж оборудования, уборка мест проведения мероприятия;

Формированию положительного имиджа клубного учреждения способствует также учреждение премий и призов для организаций и граждан, поддерживающих клубное учреждение.

**3.3 Формы клубной деятельности как способ реализации содержания**

В зависимости от способов организации клубной аудитории формы бывают индивидуальные, групповые и массовые.

 ***Индивидуальны формы:***

 Беседы: в обыденном смысле – литературная или театральная форма устного или письменного обмена в разговоре между двумя и более людьми; – в философском и научных смыслах – специфическая форма и организация общения, коммуникации.

 Адресное обслуживание. Культурно-досуговая форма для определенной категории людей, ограниченных в возможностях передвижения. Относится к новым формам работы учреждений культуры .

 Консультации: объяснение, разъяснение каких-либо понятий. Ответы на вопросы. В полной мере относится к методическо-образовательным формам работы. Применимо к деятельности учреждений культуры может использоваться как составная часть какой-либо клубной формы ( мастер-класс, адресное обслуживание, вечер-встреча и т.п.)

 ***Групповые формы:***

***Досуговые, развлекательные.***

 1.Вечера: это хорошая возможность организовать людей в определённом месте, отдохнуть, пообщаться, обсудить и проанализировать ситуации, проблемы и успехи. Вечера  могут быть нескольких форм в зависимости от цели организации досуга:

* Вечер-встреча. Это могут быть встречи с интересными людьми, с ветеранами, с поэтами села и т.п.
* Вечер воспоминание. Может быть как отдельным мероприятием, но в большинстве случаев используется как составная часть других форм(например гостинная, вечер-встреча и др.)
* Вечер отдыха. Это мероприятие развлекательного характера, с использованием разнообразного музыкального оформления, игр, конкурсов, танцев. Как разновидность вечера отдыха считается вечер-кафе – вечер отдыха за столиками, с использованием напитков и других продуктов питания.
* Дискотеки. Танцевальные программы с минимальным использованием других средств и методов организации досуга.
* Камерные формы организации досуга салон и гостиная – мероприятия для узкого круга лиц, связанных общностью интересов. Особенная чета –  проведение их в небольшом, ограниченном пространстве, приближенном к домашней уютной обстановке с относительно небольшом количестве участников, где исполнители находятся в непосредственной близости от зрителей. В искусстве понятие «камерный» часто несёт значение «сокращённый».

 *Игровые программы*: основной метод организации досуга в этих мероприятиях – игровые элементы. В зависимости от других используемых методов игровые программы могут быть:

* Конкурсно-игровыми;
* Театрализовано-игровыми;
* Сюжетно-игровыми (например, по сюжету телеигр).

 ***Информационно-просветительские мероприятия***несут яркую тематическую направленность и характеризуются наличием познавательного содержания, возможны элементы агитации и пропаганды (например, здорового образа жизни).

 Выставка (экскурсия) – это показ, каково бы ни было его наименование, путём представления средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности. Различают выставки периодические (временные) и постоянные. Выставки, как правило, проводятся на протяжении небольшого промежутка времени, т.е. временные. Могут быть как отдельным мероприятием, так и составной частью другого мероприятия.

 Круглый стол – собрание в рамках более крупного мероприятия В современном значении выражение круглый стол употребляется с XX века как название одного из способов организации обсуждения некоторого вопроса.

Более того, зачастую круглый стол играет скорее информационно-пропагандистскую роль, а не служит инструментом выработки конкретных решений.

Тематическая программа. Ее содержание, методы и приёмы несут строгую тематическую направленность. Могут быть использованы элементы других различных форм мероприятий для достижения оптимального результата в донесении информации выбранной тематики до аудитории. Направленность может быть разной (патриотической, музыкальной, игровой, профилактической, экологической, литературной и др).

Агитбригады – пропагандистская форма мероприятий. В настоящее время относится к устаревшим формам культурно-досуговой деятельности.

 Лекции: устное систематическое и последовательное изложение материала по какой – либо проблеме, методу, теме вопроса и т. д.

Тренинги: метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок.

Мастер-классы: форма и метод практического обучения и тренировки определенных навыков

Лекции и тренинги не являются формами клубной работы, но могут применяться при проведении других форм информационно-просветительских мероприятий или занятий клубных формирований.

  ***Массовые формы:***

 К массовым формам относятся зрелищные программы рассчитанные на большое количество зрителей и участников.

1. Концерт – публичное исполнение музыкальных произведений, балетных, эстрадных и т. п. номеров по определённой, заранее составленной, программе.
2. Спектакль – произведение сценического искусства. В основе спектакля в драматическом театре лежит литературное произведение – пьеса или сценарий, требующий импровизации, в музыкальном театре – сочинение музыкально-драматическое.
* Литературно-музыкальная композиция – разновидность спектакля, отличием которой является комбинированное использование произведений нескольких авторов (поэтов, писателей, музыкантов)
1. Ярмарка – регулярные торжища широкого значения: рынок, регулярно, периодически организуемый в традиционно определённом месте, сопровождаемый театрализованной концертной и игровой программой .

 4. Праздник – день торжества, установленный в честь или в память кого-нибудь, чего-нибудь, весёлое препровождение свободного времени; день какого-либо радостного события. Как форма организации досуга, праздник – это массовые развлекательные мероприятие, включающее в себя набор культурно-досуговых средств и методов, с использованием различных культурно-досуговых форм работы и имеющий относительно длительное продолжение во времени – не менее двух часов. Праздники могут быть:

* Календарными (Новый год, День пожилого человека и т.п.);
* Государственными (День Победы, День конституции и т.п.);
* Фольклорными (Масленица, Спас, Троица и т.п.);
* Семейными (день рождение, юбилей, свадьба и т.п.);
* Профессиональные (день учителя, день строителя и т.п.).

 5. Бал – собрание многочисленного общества лиц обоего пола для танцев. Балы отличаются от обычных танцев или дискотеки повышенной торжественностью, более строгим этикетом и классическим набором танцев, следующих в заранее определённом порядке. Бал-маскарад отличается от бала наличием карнавальных масок или костюмов на присутствующих. В настоящее время в практике культурно-досуговых учреждений используются редко.

 6. Конкурс. В культурно-досуговой деятельности – показательное соревнование. Мероприятие рассчитанное на широкий круг зрителей с заранее подготовленными участниками, с состязательными элементами, с конечной целью – выявление победителя.

1. Фестиваль – массовое празднество, показ достижений музыкального, театрального, эстрадного, циркового или другого вида искусства без выявления победителя или определения рейтинга среди участников.

 8. Митинг – торжественное мероприятие, посвящённое важному событию или дате.

 9. Парад – торжественное прохождение перед зрителями, публикой, войск, различных коллективов, организаций, движений или партий и т.д.

Это примерная классификация традиционных форм культурно-досуговой деятельности, которые используются специалистами культуры на протяжении многих лет. Нужно заметить, что довольно редко формы применяются «в чистом виде», в основном они дополняют друг друга или переходят из одной категории в другую. Например,  конкурсно-игровая может перейти в дискотеку, а групповая форма вечер отдыха стать массовой при большом скоплении посетителей. Но некоторые утрачивают свою актуальность и востребованность, подвергаются видоизменению адаптируясь к современности. Как всеобщая закономерность на смену старого и в дополнение к традиционному приходит новое.

Инновационные формы деятельности культурно-досуговых учреждений диктуются потребностями населения.  К новым клубной работы формам можно отнести такие формы как:

* **Акция**— это ограниченное во времени воздействие на целевую группу населения с целью популяризации и пропаганды. Публичные общественно-политические действия, ставящие целью привлечь внимание. Зачастую акции не имеют чёткой долгосрочной цели и не связаны с другими мероприятиями, в которые вовлечены их участники. Результат достигается с помощью ярких внешних атрибутов ;
* **Корпоратив** – точного определения этой форме пока нет, но можно определить как «праздник в коллективе, организации, компании, предприятии»
* **Шоу** – мероприятие развлекательного характера. Как правило, проводится перед публикой. Имеет постановочный характер. Нечто показное, рассчитанное на шумный внешний эффект Может быть: авиационное, автомобильное, телевизионное, ледовое, световое лазерное, цирковое, политическое и др. Как форма клубной работы пока не сформировалась. Популярными видами комплексных досуговых программ являются шоу-программы, пышное костюмированное сценическое действие с участием «звезд» (в небольших городах – местного значения), динамически яркое, насыщенное спецэффектами, зрелищное, несущее в себе сквозной сюжет с завязкой, кульминацией и развязкой.
* **Флэшмоб**– это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговорённые действия (сценарий) и затем расходится.
* **Тимбилдинг** – это корпоративная ролевая игра направленная на сплочение коллектива. Можно к этой форме отнести любой корпоративный досуг;
* **Батл** – это вид конкурса, поединок между группами или отдельными участниками с элементами экспромтной борьбы, демонстрации.

 В настоящее время в структуре современной культуры все большее место занимают увеселительные программы, различные шоу, которым отводится значительная роль в деле идейного, нравственного и художественного воспитания людей, организации их быта и досуга.

Конечно, досуговое творчество, которое является по преимуществу любительским, не всегда достигает высшего, профессионального уровня, тем не менее, оно, выступая в качестве надёжного средства, раскрытия таланта каждого человека, имеет большой общественный эффект.

**3.4 Этапы организации культурно-массового мероприятия**

Подготовка культурно-массового мероприятия сложный процесс, который требует ряд необходимый мер и этапов:

1. Разработка и согласование с учредителем пакета документов по организации и проведению.
* Положение о мероприятии (фестивале, смотре, конкурсе, празднике и др.) с приложениями (образец заявки участника, состав жюри, состав оргкомитета и др.);
* организационный план с указанием видов деятельности, сроках реализации, ответственных лиц;
* разработка функциональных обязанностей сотрудников, занятых в проведении мероприятия;
* программа мероприятия;
* карта-схема (по необходимости);
* сценарный план;
* медиаплан;
* образцы полиграфической и сувенирной продукции (афиша, программка, пригласительный билет; диплом, благодарственное письмо, баннер и др.);

2. Обеспечение безопасных и комфортных условий проведения

* уведомление правоохранительных органов, органов пожарной безопасности, здравоохранения и др. о проведении мероприятия;
* обеспечение пожарной безопасности;
* охрана общественного порядка;
* обеспечение работы бригады скорой медицинской помощи;
* организация доступа и предоставление зрительных мест посетителям;
* комфортные условия получения услуги потребителем;
* уборка места проведения мероприятия до начала и после его окончания;

3. Материально-техническое обустройство мест проведения:

(в соответствии с согласованной картой-схемой – по необходимости)

* установка и оформление сцен;
* оборудование сцен звукоусиливающей и световой аппаратурой;
* оборудование сцен лазерным и видеооборудованием;
* энергоснабжение;
* обустройство мест для зрителей;
* обустройство точек питания, торговли тематической сувенирной, книжной, музыкальной, визуальной продукцией и др.;
* принятие мер по исключению продажи спиртных, слабоалкогольных напитков, пива и прохладительных напитков в стеклянной и металлической таре в местах проведения мероприятия;
* предоставление туалетов, контейнеров для твёрдых бытовых отходов;
* предоставление мест для размещения медицинского персонала, сотрудников правоохранительных органов, оргкомитета;
* предоставление гримировочных комнат для коллективов-участников мероприятия;

4. Осуществление деятельности согласно оргплану:

* организация и координация репетиционного процесса;
* проведение заседаний оргкомитетов;
* размещение информации о мероприятии согласно медиаплану;
* размещение правил пользования услугой (правила поведения) в общедоступных для потребителей местах на территории учреждения;
* контроль выполнения сотрудниками функциональных обязанностей

При организации культурно-массового мероприятия клубное учреждение должно учитывать категории потребителей услуг (дети, подростки, молодёжь, ветераны, люди с ограниченными возможностями здоровья, корпоративные клиенты, все категории населения, иные категории населения). Сотрудники клубного учреждения, занимающиеся организацией и проведением культурно-массовых мероприятий, должны иметь специальное образование и соответствующую профессиональную квалификацию. Культурно-массовые мероприятия проводятся в помещениях или специально отведенных местах, соответствующих определённым стандартам эксплуатации. Здания, помещения, площадки для проведения культурно-массовых мероприятий должны отвечать требованиям санитарных норм и правил, безопасности труда, правил пожарной безопасности и быть защищены от воздействия различных факторов (повышенная температура, влажность воздуха, запылённость, загрязнённость, шум, вибрация и т. п.), отрицательно влияющих на здоровье персонала и посетителей.

После того, как вы уже имеете представление о сути мероприятия, следует составить план всего мероприятия от начала до конца.

План мероприятия – это фактически бизнес-план, куда входит все – от описания концепции до предполагаемого количества людей, которые посетят вашу вечеринку.

В плане мероприятия обязательно должны присутствовать:

1. Название мероприятия.

2. Предполагаемая дата проведения.

3. Полный состав участников.

4. Почасовое расписание программы.

5. Информационная поддержка.

6. Бюджет мероприятия.

7. Финансовые условия дохода.

***Контрольные вопросы и задания:***

1. *Раскройте цели и задачи концепции клубной деятельности.*
2. *Опишите основные составляющие элементы создания концепции клуба.*
3. *Что является основными компонентами формирования положительного имиджа клубного учреждения?*
4. *Кто является основными адресатами PR?*
5. *Раскройте индивидуальные, групповые и массовые формы клубной деятельности.*
6. *PublicRelations клубных организаций как технология создания собственной репутации, обеспечения коммуникации, формирования общественного мнения в отношении клуба.*
7. *Рассмотрите меры и этапы подготовки культурно-массового мероприятия.*

***Темы самостоятельных работ:***

1. *Технология разработки конкретных акций и мероприятий для эффективности организации клубной деятельности (по выбору студента).*
2. *Технологии PR: лоббирование, как продвижение идей и проектов; отношения с СМИ как средство формирования общественного мнения; презентации и приемы, благотворительная деятельность.*
3. *Фандрейзинг. Формирование мотивации потенциальных спонсоров.*
4. *Привлечение и поощрение волонтеров. Разработка совместных проектов.*
5. *Культурные инсценировки в клубной деятельности.*
6. *Планирование мероприятий в клубных объединениях досугово-развлекательной направленности.*
7. *Формы работы любительского объединения научного и прикладного естествознания.*
8. *Организация работы клубов любителей искусства (методика проведения позиционной игры, викторины и др.).*
9. *Технология организации диспута в общественно-политическом объединении.*
10. *Методика подготовки и проведения аукциона в бизнес-клубе.*
11. *Подготовка благотворительной акции в клубном учреждении.*
12. *Технология организации спортивно-культурных мероприятий.*
13. *Работа с посетителями в клубном учреждении.*
14. *Административная работа в клубном учреждении.*
15. *Пресс-релиз. Освещение клубного мероприятия в СМИ.*
16. *Оценка результатов мероприятия в клубном учреждении.*
17. *Организации культурно-досуговой деятельности в культурно-спортивном комплексе (на примере клубов по месту жительства).*
18. *Организации культурно-досуговой деятельности в культурно-спортивном комплексе (на примере турбазы).*
19. *Технология организации культурно-спортивных мероприятий в детских клубах.*
20. *Технология организации клубных мероприятий в домах отдыха.*
21. *Технология организации клубных мероприятий на базе стадионов.*
22. *Технология организации клубных мероприятий на базе добровольных обществ типа охотников и рыболовов.*
23. *Планирование мероприятий в клубных объединениях досугово-развлекательной направленности.*
24. *Специфика деятельности игорных клубов.*

**Глоссарий**

**Досуг**– система различных видов человеческой деятельности, ориентированной на реализацию разнообразных потребностей людей и осуществляемой в свободное время индивида. Проведение досуга способствует как процессам рекреации человека, так и удовлетворению его потребностей в межличностном общении и развлечениях.
В настоящее время в рамках социологических, социально-психологических и индивидуально-психологических исследований принято вычленять активные и пассивные формы проведения досуга. В первом случае это деятельностные разновидности досуга: любительские занятия творчеством, а также активные формы межличностного и межгруппового общения. Во втором случае – это пассивное потребление различных культурных мероприятий.
Отличительным качеством культурного досуга является его эмоциональная и просветительская окрашенность.

**Информационно-просветительское мероприятие** – массовое мероприятие, направленное на формирование и удовлетворение информационных, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры, содействующее просвещению граждан, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в том числе временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия).

**Клуб** – среда формирования культуры свободного времени здорового образа жизни.

Клуб как общественный институт - глобальный способ организации свободного времени людей. Г.П. Щедровицкий противопоставляет такой клуб глобальному производству и потреблению. Такой клуб представляет собой мысленное обобщение многочисленных культурных практик, социокультурных организаций и учреждений. Здесь к понятию клуба тяготеют все пространства, лишенные жестко заданных функционально-ролевых отношений.

Клуб как социокультурное явление, макро-группа, общность, объединяющая людей в социально-профессиональные сообщества и культурно-досуговые сообщества. В этом случае клуб как локальная общность возникает на основе профессии или хобби и становится местом осмысления производственных проблем в ходе неформального общения, местом, где реализуется субкультура социально-профессиональных групп и хобби-объединений.

Клуб как учреждение и клуб как объединение. Клуб-объединение является формой организации "самодеятельности людей, в котором формирование культуры его членов происходит путем их саморазвития, взаимообогащения, основанного на общении субъектов деятельности в свободное время". Предназначение клуба-учреждения - создавать условия как для коллективной самодеятельности людей (в клубной общности), так и для индивидуальной. В основе деятельности клубного учреждения лежит общественная потребность в обеспечении самостоятельной, свободной, активной и творческой деятельности членов общества, в создании условий для их самодеятельности".

Клуб как пространство, фиксирующее особый тип отношений между людьми, характеризующийся достаточной свободой, самодеятельностью. Г.П. Щедровицкий обозначает пространство клуба как пространство "особых, личных и "личностных" отношений". В пространстве клуба не существует "структуры мест", определяемых правилами функционирования системы, здесь каждый "человек" выступает как "индивид", как изолированная целостность, поведение и взаимодействие которого с другими индивидами определяется его внутренними качествами.

**Клубная деятельность** – это деятельность, направленная на организацию работы клуба, на основе общих интересов членов клуба, стремлению к общению и совместному проведению досуга.

**Клубная работа** - один из видов социальной деятельности, сфера реализации интересов и индивидуально-творческой активности личности. Как считает В. В. Полукаров, рекреационная деятельность преимущественно имеет восстановительный характер, досуговая - восстановительный и творческий характер, а клубная, будучи непременно творческой, носит созидательную направленность.

**Клубная система**– совокупность (сеть) взаимодействующих клубных учреждений, объединенных на определенных договорных условиях или добровольных началах в целях полного и качественного удовлетворения культурно-досуговых запросов населения и эффективного использования всех ресурсов клубных учреждений.

**Клубная услуга**– разнообразная по формам и содержанию культурно-досуговая деятельность юридического или физического лица, направленная на конкретный результат, повышающий у человека удовлетворенность качеством жизни, способствующий духовно-нравственному самоопределению личности и развитию творческих инициатив широких слоев населения.

**Клубное учреждение** – некоммерческая организация, созданная в соответствии с законодательством Российской Федерации, основной деятельностью которой является предоставление населению разнообразных услуг социально-культурного, просветительного, оздоровительного и развлекательного характера, создание условий для занятий любительским художественным творчеством, способствующих развитию человеческого капитала; повышение качества жизни населения посредством просвещения, совершенствования творческих способностей людей и организации межличностного общения; удовлетворение общественных потребностей в сохранении и распространении культурного наследия; поддержка любительского художественного творчества, другой самодеятельной творческой инициативы и социально-культурной активности населения.

**Клубное формирование**– добровольное объединение людей, основанное на общности интересов, запросов и потребностей в занятиях любительским художественным и техническим творчеством, в совместной творческой деятельности, способствующей развитию дарований их участников, освоению и созданию ими культурных ценностей, а также основанное на единстве стремления людей к получению актуальной информации и прикладных знаний в различных областях общественной жизни, культуры, литературы и искусства, науки и техники, к овладению полезными навыками в области культуры быта, здорового образа жизни, организации досуга и отдыха.
К клубным формированиям относятся: коллективы, кружки и студии любительского художественного и технического творчества; любительские объединения и клубы по интересам, народные университеты и их факультеты; школы и курсы прикладных знаний и навыков, физкультурно-спортивные кружки и секции, группы здоровья и туризма, а также другие клубные формирования творческого, просветительского, физкультурно-оздоровительного и иного направления, соответствующего основным принципам и видам деятельности клубного учреждения.

**Клуб по интересам** – клубное формирование, создаваемое с целью организации общения людей с единым глубоким и устойчивым интересом к чему-либо, характеризующееся отсутствием деятельности по созданию культурных ценностей.

**Клуб по контингенту –** клубное формирование, создаваемое с целью организации досуга определённых социально-демографических групп населения.

**Концепция**(лат. conceptio – понимание, единый замысел, ведущая мысль) – система взглядов, выражающая определенный способ видения, понимания, трактовки каких-либо предметов, явлений, процессов. Концепция описывает ведущую идею или конструктивный принцип, реализующие определенный замысел.

**Кружок** – клубное формирование, в котором творческо-исполнительская деятельность предваряется учебно-тренировочными занятиями, составляющими преобладающую часть всех занятий. Во главе кружка стоит руководитель-педагог, значительно превосходящий участников по подготовке.

**Культурно-досуговое мероприятие** – массовое мероприятие, направленное на удовлетворение духовных, эстетических, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга, способствующее приобщению граждан к культурным ценностям, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в том числе временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия).

**Курсы**– клубные формирования, задачей которых является обучение людей прикладным навыкам и умениям и которые имеют периодически обновляемый состав участников.

**Любительское объединение** – клубное формирование, объединяющее людей с глубоким и устойчивым интересом к общему занятию, стремящихся обменяться результатами и навыками такого занятия, характеризующееся преобладанием среди учебных форм самообразования, обмена знаниями и умениями, первостепенной ролью поисков, накопления информации, изготовления предметов, имеющих культурное и прикладное значение, ведущее активную пропагандистскую работу среди населения.

**Любительское (самодеятельное) творчество** – уникальное социально-культурное явление с многотипной и полифункциональной структурой, которое обладает свойствами досуга и художественной культуры. Любительское творчество включает в себя создание и (или) исполнение художественных произведений силами любителей, выступающих коллективно или в одиночку.

**Народный университет** – клубное формирование, задачей которого является организация гражданского образования населения в области культуры, науки, быта, техники и других отраслей знаний, характеризующееся преобладанием лекционной и семинарской форм занятий.

**Нематериальное культурное наследие** – обычаи, формы представления и выражения, навыки, а также связанные с
ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и, в некоторых
случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия. Проявляется в таких областях, как устные традиции,
исполнительские искусства, обычаи, обряды, празднества, знания и навыки, связанные с традиционными ремеслами.

**Социально-культурная деятельность**– деятельность социальных субъектов, сущность и содержание которой составляют процессы сохранения, трансляции, освоения и развития традиций, ценностей, норм в художественной, исторической и духовно-нравственной сферах.

**Социокультурная система –**культурное наследие, а также общественные институты, посредством которых это наследие в процессе социализации и профессионализации получает нормативную силу.

**Стратегия**(др.-греч. στρατηγία, «искусство полководца») – общий план какой-либо деятельности, охватывающий длительный период, способ достижения сложной неопределенной цели. Стратегия необходима в ситуации ограниченности наличных ресурсов. Задачей стратегии является эффективное использование ресурсов для достижения основной цели.

**Студия** – коллектив любительского творчества, сочетающий в своей работе учебные, экспериментальные и производственные задачи. В культурно-досуговой работе ведущее положение занимают художественные студии: музыкальные, хореографические, вокальные, эстрадные, художественного слова, изобразительного и декоративно-прикладного искусства и др.

**Централизованная клубная система (далее**–**ЦКС)** – объединение, представляющее собой целостное клубное учреждение, функционирующее на основе общего управления, единого штата, организационного и технологического единства. ЦКС состоит из центрального (межпоселенческого) клубного учреждения и клубов-филиалов.
**clubb****ing**- увлечение клубом, клубным общением; вообще сам процесс объединения людей в клубы, организации, встречи, общение в них;

**clubbism**- клубная система, клубная деятельность;

**clubbist** - член или сторонник политического клуба, активный, инициативный подвижник клубного движения;

**clubman** - собственно член клуба, его завсегдатай. Наконец, два чисто английских клубных термина-

**clubbable**, или clubable - (клубмен) - общительный, коммуникативный, одним словом, клубный - характеристика человека, достойного быть членом клуба по ценимым только клубменами качествам и,

**clubbable man** - (клабэбльмен) - человек, обладающий этими качествами, особый тип английского джентльмена (не обязательно клубмена), но достойный за свою коммуникабельность быть членом клуба.

**Приложение А**

**Пример ежегодного исследования**

I. Посещаемость и отношение к клубным мероприятиям.

1. Как часто Вы посещаете клуб: (ежедневно, несколько раз в неделю…). (В зависимости от типа клуба.)
2. Пожалуйста, отметьте, какие дни наиболее удобны для посе­ щения Вами клуба в будни?
3. Какое время наиболее удобно для Вас для посещения клуба в выходные дни?
4. Почему Вы выбрали членство в клубе? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
5. Что Вам больше всего нравится в клубе? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_­ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.
6. Есть ли какие-то мероприятия, которые не организуются клубом и в которых Вы приняли бы участие?
7. Для спортивного клуба: пожалуйста, отметьте Ваш уровень (от 1 до 5; 1 – начинающий, 5 – наличие опыта и спортивных достижений): 8. Пожалуйста, отметьте Ваш интерес к мероприятиям, органи­зуемым клубом (от 1 до 5):

мероприятия для всей семьи:;

обучение видам активного отдыха:;

отмечание праздников:;

мероприятия только для дам и др., в зависимости от типа клу­ба:

II. Ньюслеттер (информационное издание) клуба.

1. Ньюслеттер клуба предоставляет важную информацию о клубе, его новостях, событиях и клубной политике (в зависимости от степени согласия с данным утверждением, поставьте оценку от 1 до 5): 2. Пожалуйста, отметьте, какая информация в ньюслеттере наиболее важна для Вас (от 1 до 5):

послание президента клуба:;

отчеты клубных комитетов:;

календарь ближайших мероприятий:;

отчеты о проведенных мероприятиях и соревнованиях:;

встречи с членами клуба:;

фоторепортажи в отчетах о проведенных мероприятиях и др.: 3. Пожалуйста, отметьте, что Вы добавили бы в ньюслеттер клуба:

III. Интернет-представительство клуба(Относительно часто ньюслеттер в современных клубах так­ же размещается на сайте, обычно это скачиваемый файл в фор­ мате. doc или. pdf.)

1. Интернет-сайт клуба – важный ресурс, который предоставля­ет обширную информацию о клубе (для спортивного клуба: также о профильном виде активного отдыха): в зависимости от степени согласия с данным утверждением, поставьте оценку от 1 до 5:
2. Пожалуйста, отметьте, как часто Вы посещаете интернет- представительство клуба:

каждый день:;

один или два раза в неделю:;

несколько раз в месяц:;

только летом:;

никогда:

1. Ваши дополнительные комментарии об интернет-сайте клу­ба:

IV. Участие в клубной жизни.

1. Интересно ли Вам более активное участие в организации деятельности клуба:

соревнования клуба: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

организация новых программ и светских мероприятий: \_\_\_\_\_\_\_­ \_\_\_\_\_\_; пополнение членства: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

ньюслеттер, интернет-представительство\_\_\_\_\_\_\_\_\_:

другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_;

Благодарим Вас за участие. Результаты исследования и приня­тые на его основании решения будут представлены в ньюслетт

**Библиографический список**

# Клубная деятельность как форма организации досуга подростков и молодежи URL: <http://mybiblioteka.su/tom2/3-42759.html> (дата обращения: 26.01.2017)

# Комиссарова, С.А. Социально-культурная сущность клубных учреждений / С.А. Комиссарова // Вестник славянских культур. 2008. № 3-4. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-kulturnaya-suschnost-klubnyh-uchrezhdeniy (дата обращения: 26.02.2017).

# Медведнеков[, С.](http://www.kniga.com/books/author_page.asp?id=23498) Частный клуб: организация, управление, развитие / С. Медведников URL: <https://biznesbooks.com/components/com_jshopping/files/demo_products/sergej-medvednikov-chastnyj-klub.pdf> (дата обращения: 06.02.2017).

1. [Милашевская, Е. К.](http://irbis.sstu.ru/cgi-bin/irbis64r_13/cgiirbis_64.exe?LNG=&Z21ID=&I21DBN=SGTU&P21DBN=SGTU&S21STN=1&S21REF=&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=30&S21P01=0&S21P02=1&S21P03=A=&S21STR=%D0%9C%D0%B8%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F, %D0%95. %D0%9A.) Клубы [Текст] / Е. К. Милашевская, Н. Е. Прянишников, М. Р. Савченко; под ред. М. Р. Савченко. – М. : Стройиздат, – 1990. – 248 с. : ил. ; 21 см.
2. Наумова, С. А. Экономика и предпринимательство в социально - культурном сервисе и туризме / С.А. Наумова – Томск: Изд. ТПУ, 2003. – 127 с. URL: <http://ctl.tpu.ru/files/econipredup.pdf> (дата обращения: 16.02.2017).
3. Об обязательном нормативном ресурсе клубных учреждений. URL: http://www.krasfolk.ru/metodicheskiy-kabinet/-ob-obyazatelnom-normativnom-resurse-klubnyh-uchrezhdeniy/(дата обращения: 26.12.2016).

# Полукаров, В. В. Теория и практика клубной деятельности как основа организации досуга современных школьников / В. В. Полукаров // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2012. – № 4 (24). – С. 134–138. URL: <http://izvuz_gn.pnzgu.ru/files/izvuz_gn.pnzgu.ru/16412.pdf> (дата обращения: 16.03.2017)

1. Сасыхов, А.В. Основы клубоведения. Теория и методика клубной работы [Текст] / А. В. Сасыхов, Ю. А. Стрельцов. – УЛАН-УДЭ, 1969. – 531 с.
2. Смирнова, Е. И. Клубные объединения. Учеб. пособие для ин-тов культуры [Текст] / Е.И. Смирнова. – М.: Просвещение, 1977. – 158 с.
3. Триодин, В.Е. Клуб и свободное время [Текст] / В. Е. Триодин. – М. : Профиздат, 1982. – 135 с.

# Туев, В.В. Технология создания инициативного клуба: учебное пособие для вузов искусств и культуры / В.В. Туев. – Москва–Кемерово: МГУКИ, 1999. – 220 с. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/4164912/> (дата обращения: 16.03.2017)