

В. В. Любарецькандидат педагогічних наук, доцент,
доцент менеджменту та інноваційних технологій
соціокультурної діяльності

Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

ГОСТИННІСТЬ ЯК ПРОДУКТ РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розкрито такі основні дефініції розвитку соціокультурного середовища, як «культура», «соціальна культура», «гостинність», «вільний час». Визначено соціокультурні цілі сталого розвитку індустрії гостинності.

Визначено особливість вільного часу індивіда та його духовно-моральні та соціально-культурні потреби в суспільстві. Тому менеджер соціокультурної діяльності має вміння організувати вільний час населення так, щоб ефективно задовольнити духовно-моральні потреби окремої людини і соціально-культурні потреби всього суспільства.

Означено, що менеджер соціокультурної діяльності особистість не є однозначною, яка поєднує в собі якості управлінця, організатора, маркетолога, творця, соціального працівника, педагога, психолога, спеціаліста зі зв'язків із громадськістю та багато іншого. Визначено психологічні властивості менеджерів соціокультурної діяльності: увагу, сприйняття, пам'ять, уяву, працездатність і здатність до навчання, чарівність; зовнішні дані: голос, дикція, міміка, жести, пластика, музикальність, відчуття ритму.

Під час дослідження було виявлено, що менеджери соціокультурної діяльності мають володіти сукупністю професійних якостей і навичок, щоб успішно здійснювати організацію дозвілля в індустрії гостинності.

Означено, що менеджери соціокультурної діяльності займають важливу позицію в управлінні сфері гостинності і від професіоналізму залежить успіх компаній. Особливе місце серед характеристик менеджера соціокультурної діяльності займає гостинність як необхідна детермінанта професійної компетентності, яка вміщує майстерність і здатність до освоєння навичок роботи менеджера соціокультурної діяльності.

У подальшому означено необхідність у процесі професійної підготовки менеджерів соціокультурної діяльності переглянути зміст дисциплін психолого-педагогічного та організаційно-управлінського спрямування. Виникає необхідність розробки програм, орієнтованих на формування професійних компетентностей менеджерів соціокультурної діяльності для індустрії гостинності.

Ключові слова: соціокультурне середовище, культура, соціальна культура, гостинність, вільний час, менеджер, соціокультурна діяльність.

Постановка проблеми. Необхідність дослідження феномена гостинності у соціокультурному середовищі зумовлена потребами осмислення та вдосконалення діяльності індустрії гостинності в Україні. Індустрія гостинності як невід'ємний складник культури має основний детермінант – гостинність, завданням якої є надання комфорту й особливого ставлення людини до людини на певних культурних засадах гуманізму, людяності, почуття любові до людей, поваги до гідності.

Аналіз основних досліджень і публікацій показав, що феномен «гостинність» присвячений різним аспектам. Але лише декілька публікацій учених порушують питання соціокультурної природи гостинності, зокрема Г. Гарбар, Д. Громова, Т. Захарової, В. Русавської та деяких інших авторів. Важливість таких досліджень пов'язана зі зростанням ролі гостинності в дозвіллевій діяльності, організацією й управлінням якої займається менеджер соціокультурної діяльності.

Мета статті – визначити особливості гостинності в соціокультурному середовищі та професійній кар'єрі особистості сучасного менеджера СКД.

Виклад основного матеріалу. Індустрія гостинності стає явищем, яке є частиною повсякденного життя мільйонів людей, тому закономірно, що індустрія гостинності все частіше потрапляє в поле зору науки про культуру. Індустрія гостинності є блискучим символом глобалізації, її культурною матрицею; як глобальний соціальний феномен вона відображає культуру визначеного історичного часу. Вагомі зміни відбуваються в практиці сучасної індустрії гостинності, пов'язані зі збільшенням швидкості переміщень, інтенсивністю просторової мобільності, «стисненням» простору, віртуалізацією соціуму [5, с. 30].

Культура (як спадщина і спосіб буття) є джерелом дозвіллевої активності, індустрія гостинності перетворюється в механізм соціальної динаміки культури. При цьому формується культура

дозвілля, яка відіграє важливу роль у гуманітарній освіті, естетиці, економіці і культурному обміні. Культурний обмін може посилювати у народу почуття патріотизму, національної гордості, зміцнювати взаєморозуміння народів, дружні зв'язки, сприяти збереженню і розвитку національної культури, підтримувати соціальне процвітання і стабільність.

Культура (як необхідна умова власного існування) постійно відтворюється суспільством. Відтворення культури вимагає не лише діяльної участі людей у цьому процесі, а й відновлених ресурсів, інститутів, організації, управління – усі ці й деякі інші процеси і форми утворюють те, що називають соціокультурною сферою життя суспільства [1, с. 30].

Продуктом соціокультурного середовища є найвагомішим здобуток соціуму – соціальна культура.

Соціальна культура (від *socium + cultura*) – спосіб, характер проживання у людському суспільстві (соціумі). Поняття «соціальна культура» вміщує як рівень цивілізованості (від лат. *civilis* – ввічливий, привітний, турботливий тощо) міжособистісних ставлень, так і діяльність суспільних інституцій (настанов громадської думки) та відповідних інститутів (закладів, установ), покликаних сприяти утвердженню цих відносин.

Соціальна культура залежить від рівня і якості побутового забезпечення людей, охорони здоров'я, розвитку освіти, науки, техніки та технології. Невід'ємним складником соціальної культури є гостинність.

Гостинність (від лат *host*) – 1) риса характеру, зокрема моральна настанова привітності та відповідного опікування гістьми; 2) явище соціальної культури (один зі складників культури соціуму), яке поєднує в собі суспільну інституцію (моральну настанову на дружній прийом гостей) та суспільний інститут (установи, що здійснюють конкретні заходи, спрямовані на практичне забезпечення такого прийому).

Гостинність є специфічною людською соціальною якістю, яка здавна притаманна всім народам у різних формах вияву, характеризуючись різним ступенем розвиненості залежно від соціально-економічного устрою життя людей. Вона завжди була не лише засобом неформальних стосунків людей, а й гарантованою формою забезпечення людини, притулком, теплом і турботою, виявом довіри, прихильності, співпереживання, милосердя, взаєморозуміння.

Дефініція «гостинність» є похідним від слова «гість» [3, с. 35]. Видатний учений І. Срезневський під поняттям «гість» розуміє людину, що прийшла у гості, чужоземця, приїжджого купця, іноді взагалі купця [3, с. 570], вказує на численні споріднені лексичні одиниці: гостини, гостиний, гостиниць, гостинок (гостинне мито) [3, с. 567], гостильник (власник готелю), гостинства (пир) [3, с. 568], гостити (приймати гостей, пригощати; торгувати), пригостити (отримати прибуток від торгівлі) [3, с. 568–569] й ін.

Дослідниця А. Поплавська [4, с. 36], вивчаючи виведену дефініцію «гість» за І. Васильковою, підкреслює, що вживання в українській мові цього поняття у значенні чужого, ворога (лат. *hostis* – чужоземець, ворог), на думку, своїми коренями сягає староанглійської *gast*, *giest*, протogerманської *gastiz*, нідерландської *gast*, готської *gasts*, що означає гість, ворог, незнайомиць.

Соціальна культура істотно впливає на життєдіяльність соціуму. Соціум (від лат. *socius* – товариський, дружній, спільний) – людська спільнота, суспільство, соціальний – приналежний (характерний для) соціуму, суспільний.

Соціокультурне середовище як система – низка систем культурної діяльності, що формуються соціумі, що дозволяє досліджувати, розвиватися, пізнавати тощо.

Погоджуємося з В. Масловим у тому, що в культурології завжди залишається актуальним і головним те, що в центрі предметних досліджень знаходиться людина, соціальний статус якої реалізується через культурні відносини, зв'язки, поведінку [2, с. 215].

Культурно-просвітницька та рекреаційна діяльності посилюють соціальну функцію культури, зокрема здатність зміцнювати взаєморозуміння і толерантність, розширювати культурний обмін і продуктивну добросусідську контактність між людьми різних традицій, соціальних і політичних устроїв, що ще більше переконує в актуальності і важливості вивчення культури індустрії гостинності.

Зі збільшенням вільного часу населення та урізноманітнення мотивації відпочинку нині здійснюється суттєва переоцінка значення дозвілля як соціокультурної категорії середовища. Якщо впродовж багатьох років дозвілля виконувало роль додатка до виробничої сфери, то тепер дозвілля стає більш широкою сферою соціокультурної діяльності, де відбувається самореалізація творчого і духовного потенціалу суспільства [1, с. 38].

Суспільний розвиток «вільного часу» робить дозвілля інтелектуальним і посилює культурологічну функцію соціокультурної діяльності. Індустрія гостинності є засобом комунікації та саморозвитку особистості, підвищення обізнаності в загальній культурі шляхом ознайомлення з побутом, традиціями, віруваннями, стилем життя інших народів, культурною спадщиною людства та красою природи. Сутність рекреаційної функції індустрії гостинності полягає у фізіологічній (відновлення фізичних сил, оздоровлення, відпочинок) і психологічній (зміна місця, оточення, набуття нових вражень та відчуттів) релаксації людини. Вона пов'язана з продуктивно-економічною субфункцією індустрії гостинності [5, с. 30].

Отже, між культурою і індустрією гостинності є діалектичне відношення: зберігати і розвивати соціокультурне середовище для розвитку

суспільства з метою більш ефективного збереження і розвитку культурних цінностей нації. Якщо ясно розуміти і правильно вирішувати це діалектичне відношення, то сталий розвиток на практиці стане реальним.

Таким чином, можна резюмувати такі соціокультурні цілі сталого розвитку індустрії гостинності:

- подальше підвищення вкладу індустрії в економіку і навколишнє середовище;
- удосконалення соціально-культурного рівноправності верств населення;
- поліпшення якості життєдіяльності місцевого населення;
- забезпечення задоволення культурних потреб споживачів індустрії гостинності;
- збереження якості навколишнього еко-культурного середовища.

Сучасна індустрія гостинності претендує на культурну універсальність, несучи в собі новий тип універсалізму постіндустріальної цивілізації

Досягнення вищезазначених цілей сприятиме збереженню і розвитку ресурсів культури, а також розвитку індустрії гостинності з орієнтацією на збереження самобутності національної культури і засвоєння культурної квінтесенції світу. Таким чином, соціокультурне середовище й індустрія гостинності є ресурсами розвитку в діалектичному відношенні, основне їх призначення – змінити на краще соціальний світ.

Стрімко набирає обертів останні 20 років індустрія гостинності, що може запропонувати реалізацію найамбітніших планів на життя. Незважаючи на періодичні коливання світової економіки, ця сфера показує впевнене зростання, а до 2024 р. забезпечить 346 мільйонів робочих місць (Звіт WTTC, 2015). Велика кількість спеціальностей поєднує індустрія гостинності, шеф-кухарі, гіді, адміністратори, аніматори, управлінці всіх рівнів, менеджери по роботі з клієнтами, маркетологи, бренд-менеджери, власники готелів і багато інших. Основні вимоги для роботи в індустрії гостинності – професіоналізм, працьовитість і орієнтованість на споживача. Це стосується всіх співробітників компаній, починаючи від швейцарів і закінчуючи менеджерами всіх ланок, які складають забезпечення дозвілєвої діяльності.

Менеджер соціально-культурної діяльності є організатором дозвілля, яке є важливою частиною індустрії гостинності. Управління дозвіллям – порівняно нове завдання для соціальної науки і суспільної практики. Тому постає питання про можливість і доцільність такого управління, якщо дозвілля є за своєю суттю задоволенням індивідуальних схильностей і інтересів. Зміст дозвілля хоча і зумовлено характером, схильностями, вибором людини, досить жорстко детерміновано характером навколишнього його соціокультурного середовища.

Феномен дозвілля завбачає вільне проведення часу, вимикання деяких контролювальних і стримувальних механізмів свідомості, якими спрямовується діяльність у процесі праці. Тому у вільний час людина знаходиться не в меншій, а в більшій залежності від середовища, ніж у робочий, хоча не завжди усвідомлює це.

Людина у дозвіллі пред'являє підвищені вимоги, які вона все ж не може реалізувати без допомоги ззовні. Потреби дозвілля потребує культурне середовище (відповідних культурних установ, потреби спілкування, розваг, анімацій), організоване з урахуванням індивідуальних потреб, що дозволяє наповнити відпочинок насиченим духовним життям.

Індустрії гостинності, основним видом діяльності якої є дозвілля, потребує фахівців-управлінців і організаторів соціокультурної діяльності. Менеджери соціокультурної діяльності мають володіти сукупністю професійних якостей і навичок, щоб успішно здійснювати організацію дозвілля в індустрії гостинності.

Менеджери СКД займають важливу позицію в управлінні сфері гостинності. Успіх компаній залежить від професіоналізму менеджерів. Кар'єрні перспективи в професійній сфері менеджерів СКД у сучасності зростають, адже все більше світових брендів надають перевагу кандидатам із досвідом роботи в індустрії гостинності.

Професійна підготовка менеджерів СКД вивчає систему знань під кутом зору культури, що дозволяє додатково досліджувати зміст як об'єкта культури бізнесу.

Професійна майстерність менеджера СКД залежить від наповнення фахівця володінням декількома видами діяльності. Цей фахівець володіє уміннями:

- організовувати культурно-творчу, рекреаційно-дозвілєву діяльність населення у вільний час;
- моделювати різноманітні культурно-дозвілєві програми;
- надавати методичну допомогу працівникам індустрії гостинності в організації дозвілля;
- режисерувати власний і використовувати підручний сценарій;
- реалізовувати свій режисерський потенціал у постановці оригінальних анімацій із використання сучасних інноваційних технологій;
- використовувати інноваційні засоби в організації культурно-дозвілєвих заходах індустрії гостинності;
- володіти ораторським мистецтвом, технікою психологічної дистанції, імпровізувати;
- мати індивідуальний стиль, володіти сценічною пластикою (танець, ритміка, сценічний рух), створювати власний імідж у тандемі з професійною діяльністю.

Здійснення професійної діяльності менеджер СКД в індустрії гостинності потребує знання тео-

рії, методики і практики культурно-дозвіллевої діяльності; педагогічних знань і вмінь працювати з людьми, зокрема з колективами і конкретною людиною; знання різних видів мистецтва, виразних засобів і мови; драматургії культурно-дозвіллевих програм, форм і методів роботи серед різних категорій населення, методики соціологічних досліджень, загальної, соціальної та вікової психології, прийомів менеджерської діяльності, маркетингу, технології та управління в індустрії гостинності.

Менеджерів СКД необхідно розвивати психологічні властивості: увагу, сприйняття, пам'ять, уяву, працездатність і здатність до навчання, чарівність; зовнішні дані: голос, дикцію, міміку, жести, пластику, музикальність, відчуття ритму.

Нині все більшу увагу вчених привертають проблеми організації вільного часу. Багато в чому це диктується масштабом тих змін, якими характеризується ця сфера життєдіяльності.

Підвищений інтерес до соціологічного дослідження дозвілля визначається також змінами змісту і структури вільного часу під впливом соціокультурних трансформацій, що відбулися в країні (зміни ціннісних установок української молоді, розвитку соціальної інфраструктури, розвитку індустрії гостинності, появи інформаційних технологій).

Вільний час грає важливу роль у житті людини, оскільки саме він сприяє відпочинку людини від професійної діяльності, відновлює фізичні і психічні сили, інтелектуально і творчо розвиватися.

Вільний час і дозвілля вивчені як соціальна, наукова та філософська проблеми багатьма вченими і мислителями з часів античності до наших днів. Соціологи виділяють кілька підходів до визначення сутності та соціальної значущості вільного часу:

Дозвільна діяльність є найважливішою в житті людини, а вільний час – необхідною умовою формування повноцінної особистості, здатної до споглядання. (Платон і Аристотель). Головна функція вільного часу – рекреаційна. Вільний час необхідно людині для духовної роботи читання божественних книг, молитов (Святий Бенедикт, Святий Фома Аквінський). Вільний час розбещує людину, його розглядають як неробство і ледарство. Вільний час необхідно тільки для відновлення сил для роботи. (Протестантська робоча етика (Дж. Локк)). Дозвілля є не просто забавою, розвагою, відпочинком, але працею, витраченою на творчість заради нього самого. Творчість має заповнювати вільний час людини. Це сприяє самореалізації людини і приносить справжнє щастя.

Вільний час виконує такі функції: рекреативну, комунікативну, розвивальну, соціальну, гедоністичну, компенсаторну.

Вільний час індивіда є тією точкою, в якій перетинаються духовно-моральні потреби індивіда і соціально-культурні потреби суспільства. Тому

менеджер СКД має вміти організувати вільний час населення так, щоб ефективно задовольнити духовно-моральні потреби окремої людини і соціально-культурні потреби всього суспільства.

Менеджер соціально-культурної діяльності, як і будь-який інший фахівець, може вважатися професійно-компетентним, якщо має досить високий рівень освіти, володіє необхідними навичками, вміннями, має професійно-діловий досвід, організаторські здібності.

Професійна компетентність менеджера СКД орієнтована на його здібності до публічності, творчого самовираження і імпровізації.

Основні функціональні обов'язки менеджера СКД, зокрема створення соціокультурного середовища, в якому створення і реалізація різних дозвіллевих програм задовольнить духовні потреби кожного учасника.

Менеджер СКД в індустрії гостинності має бути творчою особистістю, знати закони шоу-ринку і вміти застосовувати їх на практиці.

Висновки і пропозиції. Отже, особливість менеджера СКД:

- визначати і впливати на задоволення вільного часу соціально-культурних інтересів різних верств населення;
- проектувати соціокультурні програми із застосуванням інноваційних технологій;
- упроваджувати інноваційні методи управління й організації культурно-дозвіллевих заходів в індустрії гостинності;
- управляти економічними механізмами організації СКД в індустрії гостинності;
- упроваджувати інструктивно-методичні рекомендації педагогіки дозвілля.

Список використаної літератури:

1. Кочубей Н.В. Соціокультурна діяльність : навчальний посібник; Суми : Університетська наука, 2015. С. 38.
2. Маслов В.В. Культурологічний аналіз феноменів сучасного туризму. *Наукові записки КУТЕП*: Зб. наук. пр.: Щорічник. Вип. 7: Філософські науки. Київ: КУТЕП, 2010. С. 215.
3. Материалы для словаря древне-русского языка по письменным памятникамъ. Труд И.И. Срезневского. Издание отдѣления русского языка словесности Императорской Академіи Наукъ; Томъ первый. А–К. Санкт-Петербургъ, Типографія Императорской Академіи Наукъ, 1893. 806 с.
4. Поплавська А. Феномен гостинності у соціокультурному просторі: від витоків до сучасності: дис.... к. культур. Київ, 2017. 209 с.
5. Рябуха Є.С. Соціокультурне значення туризму. *Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету*. 2010. Випуск 16. Том II. С. 30.

Liubarets V. The hospitality as a product of development of the socio-cultural environment

The article deals with important the main definitions of the development of the socio-cultural environment: "culture", "social culture", "hospitality", "free time". The socio-cultural goals of the sustainable development of the hospitality industry are determined.

The peculiarity of the free time of the individual and his spiritual and moral and socio-cultural needs in society is determined. Therefore, the manager of socio-cultural activity should be able to organize the free time of the population in such a way as to effectively meet the spiritual and moral needs of the individual and the socio-cultural needs of the entire society.

It is noted that the manager of socio-cultural activity is an ambiguous person, who combines the manager's, organizer, marketer, creator, social worker, teacher, psychologist, public relations specialist and much more. Psychological properties for the manager of socio-cultural activity are defined: attention, perception, memory, imagination, work ability and ability to study, charm; external data: voice, diction, facial expressions, gestures, plastic, musicality, sense of rhythm.

During the study, it was found that managers of socio-cultural activities should have a set of professional qualities and skills in order to successfully organize leisure activities in the hospitality industry.

It is noted that managers of socio-cultural activity occupy an important position in the management of the sphere of hospitality, and the success of companies depends on their professionalism. A special place among the characteristics of the manager of socio-cultural activity is hospitality as a necessary determinant of professional competence, which includes the skill and ability to master the skills of the manager of socio-cultural activities.

Further the need for the professional training of managers of socio-cultural activities hospitality industries indicated to review the content of the disciplines in the o review of professional orientation. There is a need to develop programs focused on the formation of professional competencies of SKA managers for hospitality industry.

Key words: *sociocultural environment, culture, social culture, hospitality, free time, manager, sociocultural activity.*