

УДК 304(476)
ББК 60.56(4Бел)
П42

Авторы:

И. В. Лашук (глава 1, разделы 2.2, 3.2, 3.3, заключение); Е. В. Мартищенко (разделы 3.4, 3.5);
Е. Ю. Смыкова (разделы 2.1, 2.2, 3.1, глава 4); Н. А. Сосновская (глава 5)

Рецензенты:

консультант департамента гуманитарного сотрудничества общеполитических
и социальных проблем Исполнительного комитета СНГ, доктор социологических наук,
профессор В. А. Клименко;
главный научный сотрудник отдела социологии социальной сферы
Института социологии НАН Беларуси, доктор социологических наук,
профессор С. А. Шавель

*Монография подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы
«Изучить динамику культурных ориентаций и стратегий социокультурного
поведения территориальных и социально-демографических групп населения
Республики Беларусь по различным направлениям культуры» по заказу и финансовой
поддержке Министерства культуры Республики Беларусь. Научно-исследовательские
результаты получены в рамках мероприятий, проводимых под эгидой Года науки
в Республике Беларусь и соответствуют основным направлениям и приоритетам
развития белорусской науки в 2017 году*

Поведенческие стратегии потребителей культурной продукции: ценности, интересы, типология / И. В. Лашук [и др.] ; под науч. ред. И. В. Котлярова ; Ин-т социологии Нац. акад. наук Беларуси. – Минск : Беларуская навука, 2017. – 299 с.

ISBN 978-985-08-2114-0.

В монографии рассматривается динамика культурных ориентаций и стратегий социокультурного поведения населения Республики Беларусь. Анализируемые параметры основных социокультурных изменений и процессов формирования новых социокультурных стратегий поведения позволяют оценить успешность проводимых в стране реформ, предотвратить разрыв традиций в нашем обществе, актуализировать различные пласты культурной и исторической памяти.

Представленные в издании материалы могут использоваться при проведении образовательных мероприятий для научных работников музеев, административно-управленческого аппарата театров и концертных залов, работников методических центров и др.

УДК 304(476)
ББК 60.56(4Бел)

ISBN 978-985-08-2114-0

© ГНУ «Институт социологии
НАН Беларуси», 2017
© Оформление. РУП «Издательский дом
«Беларуская навука», 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. ЖИЗНЕННЫЕ СТРАТЕГИИ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПОВЕДЕНИЯ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ЭМПИРИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ	
1.1. Концептуальный анализ жизненных стратегий социокультурного поведения в современном обществе	10
1.2. Модель жизненного социокультурного поведения социально-демографических и территориальных групп белорусского общества.....	33
Глава 2. КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВАЯ СФЕРА: ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ	
2.1. Досуговая культура: концептуализация понятия в различных направлениях социогуманитарного знания.....	43
2.2. Динамика досуговых стратегий поведения социально-демографических и территориальных групп белорусского общества	49
2.3. Экспертные оценки научных работников-искусствоведов по актуальным вопросам развития культуры в Беларуси	63
Глава 3. ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	
3.1. Теоретические подходы к исследованию театрального искусства в области социогуманитарного знания	72
3.2. Модель потребления культурных продуктов и услуг в сфере театрального искусства с учетом социально-демографических и территориальных характеристик жителей Беларуси.....	82
3.3. Типология потребительских стратегий поведения в сфере театрального искусства.....	93
3.4. Потребительские стратегии поведения на рынке театральных услуг (по результатам исследования целевой выборки посетителей театральных учреждений)	102
3.5. Экспертные оценки работников театральных учреждений по актуальным вопросам развития культуры и театрального искусства в Республике Беларусь.....	121
Глава 4. МУЗЕЙНОЕ ДЕЛО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	
4.1. Теоретико-методологические подходы к изучению музея как социокультурного феномена	138
4.2. Социологическая модель потребления культурных продуктов и услуг в музейной сфере с учетом социально-демографических и территориальных характеристик.....	155

4.3. Типология потребительских стратегий поведения в отрасли музейного дела	168
4.4. Потребительские стратегии поведения на рынке музейных услуг (по результатам исследования целевой выборки посетителей музеев).....	179
4.5. Экспертные оценки работников музейных учреждений по актуальным вопросам развития культуры и музейного дела в Беларуси	190

**Глава 5. СПЕЦИФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ КУЛЬТУРНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ
В СФЕРЕ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ БЕЛОРУССКОМ
ОБЩЕСТВЕ**

5.1. Теоретико-методологические подходы к изучению музыкальной культуры в социогуманитарном знании	205
5.2. Модель потребления культурных продуктов и услуг в сфере музыкального искусства с учетом социально-демографических, территориальных, этнокультурных и экономических характеристик жителей Беларуси	221
5.3. Типология потребительских стратегий поведения в области музыкальной культуры ...	244
5.4. Потребительские стратегии поведения на рынке музыкальных товаров и услуг (по результатам исследования целевой выборки посетителей концертных залов)	252
5.5. Экспертные оценки по актуальным вопросам развития культуры и концертно-исполнительского искусства в Беларуси.....	268
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	284
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	294