

УДК 316.346.3

DOI 10.25799/AR.2019.41.1.027

## Развитие любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг

**Шевкунов Александр Николаевич**

Заведующий кафедрой режиссуры,  
Сургутский государственный университет,  
628412, Российская Федерация, Сургут, просп. Ленина, 1;  
e-mail: a777n@mail.ru

### Аннотация

Статья посвящена вопросам развития любительского театрального коллектива на рынке социокультурных услуг в современных условиях. Сфера социально-культурных услуг – это мощный инструмент реализации человеческих потребностей. Театральное искусство совмещает в себе различные компоненты социальной сферы. Наиболее значимым для нас является не только взаимосвязь театра и зрителей, но и технология, процесс вовлечения молодежи в создание и продвижение театра. Вовлеченность достаточного количества молодежи в организацию, подготовка и продвижение театральных постановок, приведет к формированию устойчивой группы, способной к совместной деятельности в области организации разнообразных культурных мероприятий. Цель развития любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг: содействие развитию личности молодых людей; удовлетворение их интересов в области культуры, творчества, инициативы; обеспечение свободы творчества; приобщение молодого поколения к общенациональным и мировым культурным и художественным ценностям, театральному и другим видам искусства как средству гуманизации личности; удовлетворение и формирование эстетических потребностей; сохранение самобытности российской культуры, национального самосознания. В этой связи создание и продвижение любительского провинциального театра представляет реальные возможности для культурного развития, самообразования и самосовершенствования молодежи, что позволяет обеспечить культурный образ досуговой деятельности.

### Для цитирования в научных исследованиях

Шевкунов А.Н. Развитие любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2019. Том 8. № 1А. С. 249-257.

### Ключевые слова

Рынок социокультурных услуг, сфера культуры, любительский театральный коллектив, творческая самореализация, развитие, театр, театральное искусство.

## Введение

Зарубежный и отечественный опыт свидетельствует, что главным агентом модернизации является элита общества [Бирюкова, www]. Но элита не может состоять только из определенных элитарных групп, например, юристов или экономистов. Элита – в социологии, культурологии и политологии – неотъемлемая и важнейшая часть любого социума [Сластенин, 1982]. Согласно аксиологическому подходу индивидуумы, входящие в элиту, обладают более высокими интеллектом, талантом, способностями, компетентностью по сравнению со средними показателями конкретного социума [Вебер, 1996]. При этом вполне очевидным является тот факт, что современный рынок социокультурных услуг в состоянии не просто удовлетворять желания потребителей в высококультурной сфере свободного времяпрепровождения, но и готовить элитную публику, выявлять в массе потребителей таланты, использовать их в сфере культуры, спорта, искусства и других, жизненно важных сферах общества на благо самого общества.

Сфера социально-культурных услуг служит мощным инструментом реализации человеческих потребностей, причем в большей степени именно высшего уровня. Исторический опыт большинства стран мира подтверждает неуклонную истину, что неразвитость сферы социокультурных услуг замедляет не только процесс развития человека как личности, гражданина и семьянина, но и значительно снижает темпы общего социально-экономического развития государства. Любая «экономия» на услугах социально-культурной сферы приводит к потерям в материальном производстве, т.к. усложняет, а иногда и не допускает развитие человеческого капитала. Издержки, связанные с этим, приводят к резкому падению общей духовности и культуры общества, снижению производительности труда в связи с психологической напряженностью и эстетическо-бытовой неудовлетворенностью.

Учитывая все вышеизложенное, исследование возможностей развития малого элемента системы социально-культурной сферы – любительского театрального коллектива в ситуации современного рынка социокультурных услуг, позволяет сделать предположения о возможности реализации художественно-творческой самореализации малого коллектива в современных социально-экономических условиях.

## Социальная роль современного рынка социокультурных услуг

Осмысление проблем социальной роли современного рынка социокультурных услуг и анализ сферы социокультурных услуг в свете постиндустриальных тенденций современного общества, позволяет нам сделать вывод о том, что социализация молодежи и инкультурация общества в целом в эпоху космополитизма и глобализации приобретает особое значение. Вопрос о человеке как субъекте социально-культурного творчества становится важнейшим в проблематике современной культуры. Рассмотрение вопроса о направлениях и содержании социокультурной деятельности подтвердили, что социальная и экономическая дифференциация российского общества, искажение духовных ценностей, размытость общественных идеалов, искажение и обесценивание культурных традиций оказали и продолжают оказывать негативное влияние на общественное сознание и резко снизили воздействие всей отечественной культуры на формирование целостного потенциала личности, становление молодого поколения в мире ценностей культуры.

Интерес к социальным последствиям деятельности сферы культуры, в области оказания воздействия на социализацию личности, обусловлен, прежде всего, произошедшими

изменениями в структуре и приоритетах сферы свободного времяпрепровождения, сложившимися в эпоху постмодерна. Современная российская индустрия досуга носит весьма разнообразный и амбивалентный характер. Мощное смещение центров культуры в крупные города России, расширение сфер досуговой деятельности, появление новых видов свободного времяпрепровождения, вот те немногие из основных изменений, произошедших за последние десятилетия, которые в той или иной мере воздействуют на процесс социализации и форму складывающихся мировоззрений [Жарков, 2015, 7].

В процессе социального становления личности, воспитательное воздействие институтов художественной культуры неуклонно снижается. Применительно к вопросу социализации подрастающего поколения остро встает вопрос о месте, качестве и объеме участия в этом процессе культурных компонентов и в частности современного театра [Адрианова, 2014, 1]. Исходя из того, что процесс социализации носит постоянный и необратимый характер, возникает острая необходимость рассмотрения всех существующих социальных форм и методов, оказывающих то или иное воздействие на процесс социализации и на ту роль, которую в данном процессе играет искусство. Особое внимание в этой связи необходимо обратить на театр как самобытный и неординарный вид искусства, роль которого в настоящее время является неопределенной и далеко не оптимистичной. Одной из основных проблем современного театра как раз и является его востребованность как общественно-необходимого института не только с точки зрения компонента искусства, а именно как мощного оружия социализации подрастающего поколения. Однако использование театра как средства социализации в современных социально-экономических условиях связано с целым рядом трудностей и проблем, решение которых не может быть осуществлено только средствами театра. Это связано с тем, что театр всегда являлся своего рода зрелищем, событием, целенаправленно воспринимаемым человеком, а если это действие целенаправленно то, соответственно, у зрителя всегда есть выбор – смотреть или не смотреть. Если к этому добавить тот факт, что на сегодняшний день практически все театры сосредоточены в крупных городах России в то время как провинция, либо вообще лишена театральной индустрии, либо она представлена не в лучшем свете. При соотношении более 500 театров в России [Данные GZT.RU, www] из них более 200 только в Москве и более 150 в Санкт-Петербурге, в то время как общее соотношение числа театров к числу жителей России составляет 1:280000 (соотношение количества театров к числу жителей в Москве составляет 1:55000). Даже в случае 100% влияния на процесс социализации, подобное соотношение будет явно не в пользу театра. Тем не менее, исходя из того, что в последнее время интерес к театральной деятельности стабилизировался, что связано, прежде всего, с перераспределением интересов и предпочтений в области досуговой деятельности, появляется реальная возможность повлиять на потенциал театра в области оказания воздействия на процесс социализации.

Помимо всего вышесказанного существует еще одна, достаточно значимая проблема современной России, это проблема оттока молодежи из малых городов [Миграция, 2017, 225]. Молодые люди, окончившие школу, стремятся поступить в центральные вузы России, выпускники высших учебных заведений (если таковые есть в городе) после получения дипломов также уезжают из своих городов в поисках новой жизни, высокооплачиваемой работы и применения своих сил в крупные города. Среди молодежи существует устойчивая иллюзия того, что жить можно только в Москве (Санкт-Петербурге, Омске, Смоленске и т.д.). Варианты трудоустройства и строительства «личного счастья» в городе, который дал им базовое и/или высшее образование в молодежной среде считается «упадничеством» и «смирением» с

действительностью. Такое отношение связано, в том числе, с проблемами свободного времяпрепровождения.

Исходя из того, что театр является многофункциональным социальным образованием, влияющим на ценностную ориентацию, воспитание, нормы общественного поведения, общественные идеалы, художественные ценности и многие другие компоненты общественной жизни, мы можем предположить, что организация любительского театра позволит создать поле высококультурной, социально-адекватной и просветительской зоны приложения сил инициативной молодежи и, опосредованно, создаст цивилизованную систему, обеспечивающую культурную зону свободного времяпрепровождения. Однако в ситуации плотной конкуренции альтернативных сфер и видов досуга, достаточно часто асоциальных и даже преступных, популяризация любительского театра может натолкнуться на определенные трудности, связанные не только с финансированием, но прежде всего с привлечением внимания к своему существованию. Именно для целей продвижения и развития любительского театра и его популяризации, имеется реальная возможность использования всего арсенала маркетинговых, экономических, рекламных, пропагандистских и агитационных приемов, которыми на сегодняшний день обладает система связей с общественностью. При соединении двух сфер деятельности – театральной и коммерческой коммуникативной, возникает реальная возможность не только создания, продвижения и развития театра, в том числе и любительского, но и исполнение конечной цели подобного начинания, а именно – позитивное воздействие на общественное сознание.

### **Основные цели и задачи развития любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг**

Опыт создания любительских театров не нов [Генова, 2014, 12], оригинальность и инновационный характер представленного в исследовании не сводится лишь к возможности задействования в процессе подготовки, трансляции и продвижения готового продукта на всех этапах и всех уровнях деятельности студенческой молодежи обладающей различными навыками, умениями, желаниями и возможностями (актеры, костюмеры, декораторы, администраторы, звуко- и свето- техники, PR-специалисты и др.), возможности создавать, продвигать и транслировать культурный продукт собственного «производства» как оптимального средства самореализации и самоидентификации современной молодежи. Проект по созданию, продвижению и развитию Молодежного открытого студенческого театра комедии «2-КОТА» (далее по тексту МОСТК «2-КОТА»), являет собой не просто проект создания очередного театрального образования, а методичную, планомерную, целенаправленную, постоянно осуществляемую деятельность по формированию позитивной, культурной, востребованной зоны приложения сил активной молодежи и привлечения зрительской молодежной аудитории провинции России к театральному творчеству как цивилизованному виду свободного времяпрепровождения. Именно поэтому, он решает задачу создания условий для активной общественной деятельности, культурного самовыражения и самореализации участников театральной деятельности и зрителей, привлечение широкой молодежной аудитории к участию в культурных, гуманитарных и иных проектах и программах проводимых МОСТК «2-КОТА», создает адекватные, позитивные и проверяемые условия формирования процесса создания условий для творческой самореализации молодежи, культурно-духовного единства многонационального населения г. Сургута.

Театральное искусство уже само по себе несет достаточно большое количество функций, его роль в общественном сознании неоспорима, несмотря на небольшую долю в общем контексте свободного времяпрепровождения – театр, был и остается уникальным видом искусства, совмещающим в себе различные компоненты социальной действительности. При этом наиболее значимым для нас является не только и не столько взаимосвязь театра и зрителей, хотя и это является неоспоримым фактом общественного и художественного развития. В контексте развития и функционирования каналов художественной коммуникации, наиболее важным, с нашей точки зрения является технология и процесс вовлечения молодежи в создание и продвижение театра, что естественным образом не только отвлекает молодежь от деструктивных видов свободного времяпрепровождения, но и формирует уникальную возможность стабилизации сознания и направляет на позитивный образ жизни [Феномен, 2010, 244]. Занятия в театральной студии провоцируют релаксацию и самоидентификацию, как никакой другой вид деятельности формирует коллективизм, толерантность, терпимость, ответственность и другие позитивные компоненты личности. Успешность же и длительное существование любительского театра напрямую зависят от структуры и качества продвижения, которое в свою очередь должно опираться на новейшие разработки в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

Таким образом, создание, продвижение [Кондакова, 2013, 9] и развитие любительского провинциального театра создаст необходимые предпосылки для культурного онтогенеза, самообразования и самосовершенствования молодежи, обеспечит культурный образ досуговой деятельности и позволит самоактуализировать те социальные силы, которые будут в состоянии снизить деструктивные компоненты общественного сознания.

Исходя из всего выше сказанного, мы можем конкретизировать цель развития любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг, которая может выглядеть следующим образом: содействие развитию личности молодых людей; удовлетворение их интересов в области культуры, творчества, инициативы; обеспечение свободы творчества; приобщение молодого поколения к общенациональным и мировым культурным и художественным ценностям, театральному и другим видам искусства, как средству гуманизации личности; удовлетворение и формирование эстетических потребностей; сохранение самобытности российской культуры, национального самосознания.

Ориентируясь на поставленную цель, мы имеем возможность уточнить задачи, которые могут быть выражены в определенных этапах реализации проекта.

Этап первый: организация и начало деятельности Молодежного открытого студенческого театра комедии «2-КОТА». На данном этапе необходимым условием будет выступать подбор участников основного и дублирующего состава для постановки спектаклей и социально-культурной деятельности в рамках проекта. Это организационно-установочный этап развития проекта. Подбор участников любительского театра необходимо проводить на добровольной основе, посредством объявления о наборе в любительский театральный коллектив. Подобное объявление может быть размещено на информационных стендах Сургутского государственного университета, а также в социальных сетях. Первое количество участников может быть неопределенным, при этом основным условием набора будет являться желание заниматься театральной и театрализованной деятельностью. По всей видимости, впоследствии количество участников будет плавающим в связи с тем, что одни из участников будут уходить в связи с окончанием университета либо, исходя из того, что не смогут уделять достаточно времени на занятия в театре, другие наоборот, будут пополнять ряды театральной студии. На этом этапе, также необходимо организовать деятельность коллектива с коммуникационной и юридической стороны. Для этих целей, во-первых, необходимо коллегиальное принятие решения о названии

театра и, во-вторых, решение о юридическом статусе театра (насуточно с точки зрения формализации деятельности).

Этап второй: формирование устойчивых взаимоотношений внутри коллектива, посредством совместной деятельности и культурного времяпрепровождения. Данный этап является стабилизационно-корректирующим и может проходить на протяжении первого года существования театрального коллектива. Он включает в себя: выбор репертуарной политики театра, проведение занятий по основным театральным дисциплинам, совместное празднование официальных и неофициальных мероприятий и др. Это наиболее важный период существования проекта т.к. именно на данном этапе будет решен вопрос о жизнеспособности театрального образования. Если на данном отрезке сохранится основной коллектив театра, его костяк, то дальнейшее его существование будет зависеть лишь от внешних форс-мажорных обстоятельств. В структуре планирования данного этапа, по мере его осуществления должны быть учтены временные флуктуации, связанные с объективными факторами формирования коллектива.

Этап третий: укрепление взаимоотношений внутри коллектива, посредством различных мероприятий, направленных на подготовку и трансляцию спектаклей и культурно-массовых мероприятий. На данном этапе должно проходить укрепление дружеских отношений и доведение группы участников театра до показателя – команда (исходя из того, что команда – это специально подготовленная группа людей для осуществления совместной деятельности). В период подготовки к различным мероприятиям, в результате совместной деятельности по изготовлению декораций и бутафории, пошиву костюмов, изготовлению и приобретению театральной бутафории и др., происходит укрепление и развитие межличностных контактов и коллективной ответственности. Естественно, что процедура подготовки к различным спектаклям и культурным мероприятиям будет наблюдаться до тех пор, пока будет существовать само театральное образование, но поставленное на первом этапе условие, связанное с тем, что количество участников будет постоянно меняться (будут приходить новые), говорит о необходимости подобных действий.

Этап четвертый: продвижение и поддержка театрального коллектива посредством информационного, рекламного и PR-обеспечения. Данный этап может получить название информационно-коммуникационного. В ситуации отсутствия финансирования, проблемы информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности любительский театр может столкнуться с рядом трудностей и проблем. Однако учитывая специфику деятельности театрального образования, его направленность и позиционирование на молодежную аудиторию, можно предположить, что правильная политика в области продвижения и поддержки могут быть осуществлены на бескорыстной основе (в сети интернет (через социальные сети), взаимозачетом с частным бизнесом и малыми предприятиями или за счет спонсорской и благотворительной поддержки).

## Заключение

Таким образом, мы можем констатировать тот факт, что проект по созданию, продвижению и поддержке Молодежного открытого студенческого театра комедии «2-КОТА» будет отвечать не только всем компонентам рыночной структуры сферы социально-культурных услуг, но и основным положениям, связанным с категорией «развитие» как процесса, направленного на изменение материальных и духовных объектов с целью их улучшения и усовершенствования. Формирование и развитие любительского театрального коллектива в условиях современного рынка социокультурных услуг может быть успешным только при условии этапности, качественного целеполагания, контроля и адекватной корректировки деятельности,

направленной на укрепление внутри командных отношений участников на каждом из этапов создания, развития и продвижения любительского театра. Успешность деятельности по развитию любительского театрального коллектива будет зависеть от степени научного подхода к данному процессу как необратимым, направленным и закономерным изменениям, ведущим к образованию новых качественных перемен не только в проявлении внешнего поведения, но и в мировоззренческих и внутренних психофизических процессах личности молодых людей, участвующих в данной деятельности.

### Библиография

1. Адрианова Т.О. Театр как социокультурный феномен // Вестник ОГУ. 2014. №7.
2. Ашин Г.К. Курс истории элиологии. М.: МГИМО, 2003. 302 с.
3. Бирюкова Н.С. Социально-философский анализ концепта «элита» в классических и постклассических теориях элитообразования // Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал. URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/4/biryukova.pdf> (дата обращения 11.12.2018).
4. Вебер М. Основные социологические понятия // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. М.: Прогресс, 1996. С. 455–491.
5. Генова Н.М. Культурная политика в системе инфраструктуры культуры региона. Омск: Омский государственный университет, 2011. 288 с.
6. Данные GZT.RU. URL: <http://www.gzt.ru/megapolis/reference/-teatry-/244663.html> (дата обращения 18.12.2018).
7. Жарков А.Д. Социально-культурная деятельность как специализированная область общественной практики // Вестник МГУКИ, 2015. С. 96–101.
8. Кондакова, Ю. В. Основы PR. Екатеринбург: Архитектон, 2013. 225 с.
9. Миграция молодежи из малых городов России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 1. С. 225–242.
10. Слостенин В.А. Профессиональная готовность учителя к воспитательной работе: содержание, структура, функционирование // Профессиональная подготовка учителя в системе высшего образования. М.: МГПИ им. В.И. Ленина, 1982. 220 с.
11. Феномен массового сознания в социальной философии // Социально-экономические, образовательные и этико-правовые проблемы развития общества: современный взгляд : мат-лы юбил. Всерос. научн. конф. 17 декабря 2010 г.; под ред. акад. Б.П. Яковлева / филиал Рос. Гос. Соц. ун-та в г. Сургуте. – Сургут : Издательско-печатный дом «Дефис», 2011. – С. 243–245.
12. Шевкунов А.Н. К вопросу о привлечении молодежной аудитории к театральному искусству // Филология, искусствоведение и культурология: актуальные вопросы и тенденции. Новосибирск: Изд-во «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. Ч. 2. С. 6–10.

### The development of the amateur theater team in the modern market of social and cultural services

**Aleksandr N. Shevkunov**

Head of the Department of Directing,  
Surgut State University,  
628412, 1, Lenina av., Surgut, Russian Federation;  
e-mail: a777n@mail.ru

#### Abstract

The article is devoted to the development of amateur theater group in the market of socio-cultural services in modern conditions. The sphere of social and cultural services is a powerful tool for realizing human needs. Theater art combines various components of the social sphere. The most significant for us is not only the relationship between the theater and the audience, but also the

technology, the process of involving young people in the creation and promotion of theater. The involvement of a sufficient number of young people in the organization, preparation and promotion of theatrical productions will lead to the formation of a sustainable group capable of working together in the field of organizing various cultural events. The purpose of the development of amateur theater group in the conditions of the modern market of socio-cultural services is promotion of the personality of young people; satisfaction of their interests in the field of culture, creativity, initiative; ensuring creative freedom; familiarizing the young generation with national and world cultural and artistic values, theatrical and other types of art as a means of humanizing the personality; satisfaction and the formation of aesthetic needs; preservation of the originality of the Russian culture, national identity. In this regard, the creation and promotion of amateur provincial theater represents real opportunities for cultural development, self-education and self-improvement of young people.

### For citation

Shevkunov A.N. (2019) Razvitie lyubitel'skogo teatral'nogo kollektiva v usloviyakh sovremennogo rynka sotsiokul'turnykh uslug [The development of the amateur theater team in the modern market of social and cultural services]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke* [Context and Reflection: Philosophy of the World and Human Being], 8 (1A), pp. 249-257.

### Keywords

Social and cultural services market, cultural sphere, amateur theater group, creative self-realization, development, theater, theater art.

### References

1. Adrianova T.O. (2014) Teatr kak sotsiokul'turnyi fenomen [Theater as a sociocultural phenomenon]. *Vestnik OGU* [OSU Bulletin], 7.
2. Ashin G.K. (2003) *Kurs istorii elitologii* [Course history of elitology]. Moscow: MGIMO Publ.
3. Biryukova N.S. Sotsial'no-filosofskii analiz kontsepta «elita» v klassicheskikh i postklassicheskikh teoriyakh elitoobrazovaniya [Socio-philosophical analysis of the concept of "elite" in the classical and postclassical theories of elite education]. *Sovremennye issledovaniya sotsial'nykh problem: elektronnyi nauchnyi zhurnal* [Modern research of social problems: electronic scientific journal]. Available at: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/4/biryukova.pdf> [Accessed 11/12/2018].
4. *Dannye GZT.RU* [Data from GZT.RU]. Available at: <http://www.gzt.ru/megapolis/reference/-teatry-/244663.html> [Accessed 18/12/2018].
5. Fenomen massovogo soznaniya v sotsial'noi filosofii [The phenomenon of mass consciousness in the social philosophy]. *Sotsial'no-ekonomicheskie, obrazovatel'nye i etiko-pravovye problemy razvitiya obshchestva: sovremenniy vzglyad : mat-ly yubil. Vseros. nauchn. konf. 17 dekabrya 2010 g.* [Socio-economic, educational and ethical-legal problems of the development of society: a modern view: materials of the anniversary. All-Russian sc. conf. December 17, 2010, Surgut]. Surgut: Defis Publ., pp. 243–245.
6. Genova N.M. (2011) *Kul'turnaya politika v sisteme infrastruktury kul'tury regiona* [Cultural policy in the system of cultural infrastructure of the region]. Omsk: Omsk State University.
7. Kondakova, Yu.V. (2013) *Osnovy PR* [PR basics]. Ekaterinburg: Arkhitekton Publ.
8. Migratsiya molodezhi iz malykh gorodov Rossii [Migration of young people from small cities of Russia] (2017). *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of public opinion: Economic and social changes], 1, pp. 225–242.
9. Shevkunov A.N. (2012) K voprosu o privlechenii molodezhnoi auditorii k teatral'nomu iskusstvu [On the issue of attracting youth audiences to the theater arts]. *Filologiya, iskusstvovedenie i kul'turologiya: aktual'nye voprosy i tendentsii* [Philology, art history and cultural studies: current issues and trends]. Novosibirsk: Siberian Association of Consultants Publ., 2, pp. 6–10.
10. Slastenin V.A. (1982) Professional'naya gotovnost' uchitelya k vospitatel'noi rabote: sodержanie, struktura, funktsionirovanie [Professional readiness of a teacher for educational work: content, structure, functioning].



---

*Professional'naya podgotovka uchitelya v sisteme vysshego obrazovaniya* [Professional training of a teacher in the system of higher education]. Moscow: MGPI named after V.I. Lenin.

11. Weber M. (1923) *Wirtschaftsgeschichte. Abriß der universalen Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*. Berlin. (Russ. ed.: Veber M. (1996) *Osnovnye sotsiologicheskie ponyatiya. Zapadnoevropeiskaya sotsiologiya KhIX – nachala KhKh vekov*. Moscow: Progress Publ., pp. 455–491).
12. Zharkov A.D. (2015) *Sotsial'no-kul'turnaya deyatelnost' kak spetsializirovannaya oblast' obshchestvennoi praktiki* [Socio-cultural activities as a specialized area of social practice]. *Vestnik MGUKI* [Bulletin of MGUKI], pp. 96–101.