Каждое учреждение культуры призвано стать для человека любимым местом отдыха, встреч с друзьями и знакомыми, разумного проведения своего досуга. Только при наличии у населения устойчивого интереса к культурно-досуговой деятельности проблема аудитории в учреждениях культуры будет решена. Для этого работникам учреждений необходимо знать настроения, интересы и духовные запросы людей, организовывать работу с учетом мотивированного выбора ими видов и форм культурно-досуговой деятельности. В отношениях с людьми следует соблюдать такт, подходить индивидуально в каждом отдельном случае, считаясь с настроением и запросами аудитории, с конкретной обстановкой, то есть творчески. Понятно, что интересы и запросы различных возрастных групп населения существенно отличаются друг от друга. Поэтому очень важно при организации культурно-досуговой деятельности учитывать возрастные особенности населения.

В каждом возрасте имеется некоторый потенциал ведущих запросов, который должен быть реализован в это время, но не раньше и не позже, иначе сами запросы могут так и не проявиться. Эта закономерность особенно ярко проявляется в период детства, в молодом возрасте. Именно в этом возрасте ближайшая социальная среда, а также общество в целом должны создать благоприятные условия для того, чтобы представители молодого поколения могли, во-первых, освоить культурное наследие, фольклор, народные игры, музыку, важнейшие нравственные ценности; во-вторых, реализовать свой творческий потенциал, а также врожденные качества, которые определяют конструктивное развитие личности в течение последующей жизни. Поэтому в любом обществе вырабатывается огромный объем искусства, игр, забав и развлечений, которые специально рассчитаны на индивидуальное развитие представителей подрастающего поколения.

Особого внимания требует организация досуга детей юного возраста, когда на первый план выходит необходимость в повышенной физической активности, в познавательной деятельности, а также стремление проводить свободное время со сверстниками ради общения.

Особенно внимательно следует продумывать содержание, формы и методы работы среди молодежи. Пик потребностей общения со сверстниками наблюдается у молодежи 15-25 лет. " При всей важности и силе социализации молодого человека в учебном и производственном коллективе, при всей необходимости содержательной деятельности на досуге, при всей масштабности роста "индустрии свободного времени" -- туризма, спорта, библиотечного и клубного дела -- при всем этом молодежь упрямо "сбивается" в компании сверстников. Значит, общение в молодежной компании – это форма досуга.

Молодежь составляет более половины всего взрослого населения страны, а среди посетителей учреждений культуры она - в подавляющем большинстве.

Поэтому работа с молодежью, детьми и подростками очень ответственная задача, требующая для своего выполнения дифференцированной, глубоко продуманной, высоко профессиональной и интересной работы.

Серьезного отношения требует деятельность учреждений культуры среди пенсионеров. Это весьма благодарная аудитория. При правильном определении содержания и соответствующих методах работы люди пожилого возраста могут стать постоянными посетителями, непосредственными участниками и активистами в подготовке и проведении культурно-досуговых программ, деятельными помощниками специалистов учреждений культуры. Во многих учреждениях культуры пенсионеры входят в состав общественных советов, являются организаторами, охотно делятся своим богатым жизненным опытом с молодежью.

Недооценка содержательного и активного досуга у тех, кому за 50-60, сегодня пересматривается. Представители "третьего возраста" (по определению социальных работников и демографов) далеко не всегда желают проводить свободное время, сидя у телевизора или отдыхая на дачном участке. Пассивный досуг особенно не свойствен людям, которые до этого активно занимались профессиональной деятельностью. После ухода на пенсию они не могут резко изменить жизнь и перейти к пассивному существованию, которое ограничивается стенами дома. Такие люди нуждаются в сильных эмоциях, новых впечатлениях, сохранении широкого круга знакомств.

Если говорить о представителях средних возрастных групп, то на них ориентирован организованный досуг в любой стране. При этом учитываются такие социальные параметры жизни людей, как место их проживания, семейное положение, характер и уровень оплаты труда, а также индивидуальные предпочтения в досуговых занятиях.

Особо следует сказать о семейном отдыхе. Кратковременный или длительный отдых вместе с членами семьи всегда имел немало сторонников. В последние десятилетия организаторы развивают внедомашний семейный отдых. Появляются такие виды организации свободного времени, как семейный туризм, семейные пансионаты, семейные клубы и другие.

В практике досуговой деятельности не принято специально выделять досуг мужчин или женщин. Многие досуговые занятия, как правило, пользуются одинаковым спросом у представителей обоих полов. Тем не менее, имеются досуговые занятия, к которым тяготеют преимущественно мужчины (рыбалка, охота, участие в некоторых видах спорта и другое) или по большей части женщины (рукоделие, цветоводство и другое).

Многие учреждения культуры могли бы поделиться положительным опытом работы среди женщин. Для женщин создаются кружки и курсы кройки и шитья, ведения домашнего хозяйства, университеты или факультеты педагогических знаний; они вовлекаются в подготовку и проведение практически всех форм культурно-досуговой деятельности. При некоторых учреждениях культуры работают любительские объединения женщин или клубы по интересам, созданы комнаты матери и ребенка, что дает возможность для женщин-матерей посещать культурно-досуговые программы.

Помимо возраста, семейного положения и социального статуса существуют другие критерии, которые позволяют сегментировать потребителей досугового сервиса, в наибольшей степени учитывая многообразные особенности досуговых предпочтений и запросов. Например, организуется корпоративный досуг представителей отрасли, конкретного вида бизнеса или создаются условия для отдыха участникам научного семинара, персонала фирмы и тому подобное.

Предприниматели, организаторы досуга учитывают содержательные предпочтения отдыха представителей разных социальных групп. На эти предпочтения влияют такие показатели, как характер труда, профессия, уровень образования, а также уровень доходов (высокообеспеченные, среднеобеспеченные, малообеспеченные слои населения). Немаловажно также место проживания потребителей досуговых услуг: жители мегаполиса, крупного, среднего или небольшого города, поселка или села. Предпочтения жителей города и села заметно разнятся.

У представителей разных социально-демографических групп сформированы неодинаковые цели, мотивы, содержательные предпочтения, а также поведенческие особенности проведения досуга. Все это влияет на организацию досуга и услуги, которые оказываются в его проведении.

Сеть клубных учреждений развивается в тесной связи с богатым наследием прошлого, традициями и социально-культурной спецификой каждого региона. Культурно-досуговые учреждения клубного типа являются субъектами культурной политики на определённой территории (город, район, посёлок, село) по созданию условий для организации досуга, развития традиционного народного творчества, а также по обеспечению жителей культурно-досуговыми услугами.

Формирование культурных потребностей происходит через: культурно-досуговые учреждения (количество культурно-досуговых учреждений), показатели динамики, распределение их по формам собственности, так как от этого зависит содержание мероприятия и формирования культурных потребностей, территориальному расположению (географический, человеческий фактор); численность посещаемости культурно-досуговых учреждений по видам, жанрам; динамика этих показателей; материально-техническая база культурно-досуговых учреждений разного типа принадлежности; объемы и структура доходов и расходов культурно-досуговых учреждений, влияющие на качественное содержание и эстетическое оснащение. Набор таких показателей является критерием развития и формирования культурных потребностей через культурно-досуговые учреждения.