

Опарин Геннадий Алексеевич,
кандидат педагогических наук, доцент ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры», г. Самара
oparin-ga@bk.ru



Массовые формы социально-культурной коммуникации в учреждениях клубного типа

Аннотация. В статье, с учетом специфики коммуникации в учреждениях клубного типа, рассматриваются основные компоненты структуры технологического процесса подготовки массовых социально-культурных программ: содержание, цель, задачи, средства, формы, методы, результат социально-культурной коммуникации в учреждениях клубного типа.

Ключевые слова: дом культуры, коммуникация, социально-культурная программа, средства, формы, методы, культурное развитие.

Раздел: (03) философия; социология; политология; правоведение; науковедение.

К учреждениям клубного типа относятся дворцы, дома культуры, городские и сельские клубы, которые являются универсальными культурно-досуговыми учреждениями, ориентированными на использование различных форматов социально-культурной коммуникации. В сельской местности и в малых городах дома культуры и клубы – это своеобразные центры социально организованной культурной жизни. «На территории Самарской области на 01.01.2014 г., согласно статистическим данным, функционирует 690 муниципальных культурно-досуговых учреждений клубного типа. Из них 643 учреждения в сельской местности и 39 передвижных» [1]. Функциональное объединение отдыха, развлечений и развития людей в процессе совместной культурной деятельности и времяпрепровождения способствует органичному вхождению посетителей в социально-культурную среду. Сущность социально-культурной коммуникации в учреждениях клубного типа состоит в том, что субъективный мир одних людей становится достоянием других, и в процессе коммуникации происходит совместная выработка и освоение социальных норм культуры.

Социально-культурная коммуникация в массовой аудитории учреждений клубного типа (домах культуры), при всём многообразии форм работы, характеризуется некоторыми общими особенностями осуществления.

1. Пространственная и количественная ограниченность аудитории в процессе коммуникации. Наличие временной реальной социально-культурной общности.
2. Непосредственность коммуникации, осуществляемой в формах «живого» общения, что является условием, обеспечивающим прямую и обратную связь в процессе коммуникации.
3. Многообразие форм организации коммуникации.
4. Содержательная, тематическая вариативность коммуникации.
5. Разнообразие средств и методов взаимовлияния участников процесса коммуникации.
6. Вовлечение публики в активное взаимодействие, обмен информацией и личностное восприятие коммуникаторов и реципиентов.
7. Возможности индивидуально-личностного публичного самовыражения.
8. Возможность обеспечения адресной направленности коммуникационных процессов.

Социальная коммуникация, осуществляемая в условиях социально-культурной деятельности дома культуры, теоретически исследуется и практически обеспечивается на основе структурных компонентов процесса деятельности в системе субъектно-субъектных отношений. В доме культуры субъекты социально-культурной коммуникации отличаются по функционально-ролевому статусу. Субъекты профессиональной социально-культурной деятельности – сотрудники дома культуры осуществляют работу, создают условия и обеспечивают процесс коммуникации. Посетители дома культуры как субъекты проявляют коммуникативную активность различной степени, направленности и средств коммуникации. Коммуникационные процессы в массовой аудитории носят сложный разнонаправленный характер. Сотрудники дома культуры работают как социально-культурные технологи – обеспечивают социально-культурную коммуникацию между посетителями. Эффективность процесса и результата социокультурной коммуникации обеспечивается разработанной и практически реализуемой технологией подготовки и проведения социально-культурных программ. Социокультурная коммуникация в условиях дома культуры зависит от формы проведения. В различных массовых формах социально-культурной деятельности коммуникация субъектов обеспечивается системой структурных элементов технологического процесса. Технолог социально-культурной деятельности разрабатывает (определяет) и практически обеспечивает воплощение *содержания* социально-культурной программы реализуемой в процессе коммуникации. На основе содержания социально-культурная деятельность осуществляется по следующим основным направлениям: нравственное развитие личности; формирование правовой культуры; формирование политической культуры; естественнонаучное направление; гуманитарно-научное направление; художественное развитие; эстетическое развитие; экологическое и валеологическое развитие.

В силу эмоционального характера социально-культурной деятельности, для посетителей учреждений культуры доминирующее значение может иметь сам процесс времяпрепровождения, а не осознаваемая конечная цель деятельности. *Цель* социально культурной деятельности осмысливают и формулируют специалисты – профессиональные сотрудники учреждений культуры, руководствуясь «Основами государственной культурной политики» (документ вступил в силу 24 декабря 2014 года) где сформулированы «Основные цели государственной культурной политики – формирование гармонично развитой личности и укрепление единства российского общества посредством культурного и гуманитарного развития.

Целями государственной культурной политики также являются: укрепление гражданской идентичности; создание условий для воспитания граждан; сохранение исторического и культурного наследия и его использование для воспитания и образования; передача от поколения к поколению традиционных для российской цивилизации ценностей и норм, традиций, обычаев и образцов поведения; создание условий для реализации каждым человеком его творческого потенциала; обеспечение доступа граждан к знаниям, информации, культурным ценностям и благам» [2].

На основе общегосударственных целей формулируются специфические для домов культуры в целом, и для отдельных социально-культурных программ, цели и задачи. Наиболее общими для работы домов культуры являются цели: формирование у людей представлений о культурных ценностях и способности самостоятельно вырабатывать отношения к различным явлениям культуры; предоставление информации, знаний, навыков в области культуры и искусства; творческое самовыражение через созда-

ние новых предметов, явлений и взаимоотношений в культуре и искусстве; восстановление духовных и физических сил; осуществление социального контроля и социальной регламентации общения и поведения в соответствии с общепринятыми нормами.

Достижение целей предполагает определение *задач*, которые решаются в процессе проведения социально-культурных программ. Основные области задач определяются на основе интегративной специфики структуры социально-культурной деятельности.

1. Социально-культурные задачи: социализации, инкультурации, консолидации, интеграции.

2. Культурно-педагогические задачи: освоение знаний; формирование ценностных представлений; освоение навыков деятельности в области культуры; развитие творческих способностей [3 с. 288–298].

3. Культурно-досуговые задачи: культурный отдых; развлечения; развитие личности.

Цели и задачи достигаются с использованием *средств* социально-культурной коммуникации. Средства – это инструменты передачи содержания социально-культурных программ [4 с. 58]. В доме культуры активно используются *средства искусства*, которые эмоционально и рационально воздействуют на посетителей и комплексно выполняют познавательные, воспитательные, коммуникативные и гедонистические функции [5 с. 143–150]. Современные жанры искусства в социально-культурной сфере активно оснащаются *техническими средствами* с целью повышения эмоционального воздействия. *Устные средства* коммуникации являются основным средством передачи и обмена информацией; применяются в процессе проведения социально-культурных программ и свободного культурно-досугового общения. Особым средством социально-культурного воздействия являются *документальные средства*, которые в силу своей реалистичности обладают свойством объекта, подтверждающего подлинность информационных сообщений и производят дополнительный эмоциональный эффект. В доме культуры *наглядные средства* представлены в виде баннеров, постеров, плакатов, дизайна, декораций, ориентированных на визуальное восприятие информации.

Социально-культурные программы имеют различные *формы* организации и проведения. Формы социально-культурной работы это целесообразно ориентированные, структурно организованные социально-культурные конструкции, объединённые общим замыслом социально-культурного развития, осуществляемого в процессе социально-культурной коммуникации. Социально-культурная деятельность в клубных учреждениях организуется в массовых, коллективно-групповых формах и в процессе свободного общения и времяпрепровождения посетителей]. К массовым формам работы относятся праздники, конкурсы, фестивали, концерты, театрализованные представления, игровые программы, информационно-просветительные программы, дискотеки, церемонии, литературно-музыкальные композиции, ток-шоу. «Культурно-досуговыми учреждениями клубного типа Самарской области в 2013 году проведено 108726 мероприятий» [1].

Социально-культурная коммуникация в доме культуры является условием социально-культурного развития в сфере досуга и может быть эффективной при использовании профессиональными работниками *методов* влияния на людей с целью культурного развития. Метод (от греч. *metodos* – путь) – это путь достижения цели культурного развития. В социально-культурной деятельности методы это способы влияния на культурное развитие людей и общества. В процессе социально-культурной коммуникации

используются приёмы работы с массовой аудиторией. Метод социально-культурной деятельности состоит из приёмов и средств, используемых для достижения поставленной цели культурного развития. В процессе распространения культуры используются методы влияния на аудиторию: информирование, комментирование, объяснение, убеждение, внушение, пример [6, с. 391–417]. Методы стимулирования социально-культурной активности: соревнование, оценка, поощрение, перспектива, требование. Знание методов, средств и приёмов воздействия на людей и умение применять их в работе – один из важных признаков профессионализма.

Социально-культурный результат массовой коммуникации в учреждении клубного типа предполагает постепенное продвижение к первоначально сформулированной цели. Поэтому, наряду с отдельными, одноразовыми программами, которые могут производить яркое впечатление, следует проводить циклы социально-культурных программ, выстроенных на основе преемственности, последовательности и систематичности. Социально-культурная эффективность коммуникации обеспечивается на основе системного, технологически обоснованного, целенаправленного процесса подготовки и проведения массовых социально-культурных программ, с высокой степенью надёжности приводящих к запланированному результату – прогрессивному и влиянию на культурное развитие людей.

Ссылки на источники

1. Культурно-досуговые учреждения клубного типа Самарской области в 2013 г. – URL: <http://WWW.slideshare.net/nekrasovbibl/2013-45465345>.
2. Основы государственной культурной политики. – URL: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/41d526a877638a8730eb.pdf>.
3. Каран М. С. Философия культур. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1996. – 416 с.
4. Немов Р. С., Алтунина И. Р. Социальная психология. – СПб.: Питер, 2008. – 432 с.
5. Окладникова Е. А. Социология культуры. – СПб.: СПбГИЭУ, 2008. – 312 с.
6. Парыгин Б. А. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. – СПб.: ИГУП, 1999. – 592 с.

Gennady Oparin,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Samara State Institute of Culture, Samara
oparin-ga@bk.ru

Massive forms of social and cultural communication in institutions of club type

Abstract. The article, based on the specifics of communication in institutions of club type, the basic structure of the components of the process of preparation of mass socio-cultural programs: content, purpose, objectives, means, forms and methods, the result of social and cultural communication in a club-type facilities.

Key words: House of Culture, communication, social and cultural program, means, forms, methods, cultural development.

Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»

Поступила в редакцию <i>Received</i>	22.03.17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	27.03.17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	27.03.17	Опубликована <i>Published</i>	29.03.17



www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Опарин Г. А., 2017