



Лазаренко И.В.

Лазаренко Ирина Валерьевна, студентка группы СКД/маг-24 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: park300kkv@mail.ru.

Научный руководитель: **Горбачева Диана Александровна**, профессор кафедры социально-культурной деятельности, доктор педагогических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: gordiana1@mail.ru.

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА В ПАРКАХ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

В научной статье социально-культурная коммуникация рассматривается как главная составляющая социально-культурной деятельности и в качестве центрального механизма организации и продвижения культурных инициатив парка культуры и отдыха. Сделан акцент на основных функциях социально-культурных коммуникаций и их современных формах и значениях, которые отвечают за социально-культурную деятельность парка культуры и отдыха. Проанализировав влияние социально-культурной коммуникации на социально-культурную деятельность муниципального бюджетного

учреждения культуры «Парк культуры и отдыха имени 300-летия Кубанского казачьего войска» Каневского сельского поселения, были выявлены значимые механизмы действенной и эффективной социально-культурной коммуникации и даны рекомендации по их оптимизации.

Ключевые слова: парк культуры и отдыха, социально-культурная коммуникация, культурно-досуговая деятельность, социально-культурная сфера, досуговое пространство, социальное взаимодействие.

Lazarenko I.V.

Lazarenko Irina Valerievna, student of the group SKD/mag-24 of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33). e-mail: park300kkv@mail.ru.

Scientific supervisor: **Gorbacheva Diana Aleksandrovna**, Professor of the Department of Social and Cultural Activities, Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: gordiana1@mail.ru.

SOCIO-CULTURAL COMMUNICATION AS A WAY OF ORGANIZING LEISURE IN CULTURE AND RECREATION PARKS

In the scientific article socio-cultural communication is considered as the main component of socio-cultural activity and as a central mechanism for organizing and promoting cultural initiatives of the culture and recreation park. The emphasis is placed on the main functions of socio-cultural communications and their modern forms and meanings, which are responsible for the socio-cultural activity of the culture and recreation park. By analyzing the impact of socio-cultural communication on the socio-cultural activities of the municipal budgetary cultural institution «300th Anniversary of the Kuban Cossack Army Park of Culture and

Recreation» in Kanevskoye rural settlement, significant mechanisms of effective and efficient socio-cultural communication were identified, and recommendations for their optimization were provided.

Key words: park of culture and recreation, socio-cultural communication, cultural and leisure activities, social.

Современное российское общество вступило в эпоху глобализации, которая охватила все сферы жизнедеятельности. Государство постепенно превращается в средство коммуникативно-сетевой организации. Поэтому основное предназначение коммуникационной системы в социуме – это осуществление взаимосвязи между жизненной средой и поведением человека¹.

В аспекте социальной коммуникации можно дать четкое определение этого понятия. Социальные коммуникации – это процесс обмена информацией, идеями, мнениями между людьми и социальными группами, направленный на установление и поддержание взаимопонимания, влияния и взаимодействия. Основными задачами социальных коммуникаций являются: передача информации, формирование отношений, регуляция поведения, социализация индивида, решение конфликтов, выработка коллективных решений и целей². А где, как ни в социально-культурной деятельности в полной мере проявляется социальная коммуникация? Следовательно, появляется новый термин – «социально-культурная коммуникация», – которая выполняет культурологическую функцию, реализующую задачи гармоничного воспитания человека, формирования эстетического вкуса, его ознакомления с достижениями культуры и искусства представителями

¹ Терещенко, Л.В. Проектирование социальных PR-коммуникаций : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль Арт- бизнес и реклама / Л.В. Терещенко - М-во культуры Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры. – Краснодар : КГИК, 2019. – 79 с. – Текст : непосредственный.

² Стражина А.С. Технологии социальных коммуникаций современной библиотеки : практикум по курсу для обучающихся направления подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность / А.С. Стражина ; М-во культуры Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры. – Краснодар : КГИК, 2024. – 63 с. – Текст : непосредственный

различных групп, народностей и наций, что может способствовать снятию социальной и межнациональной напряженности, в конечном счете способствуя росту культурного уровня и интеграции общества³.

Социально-культурная коммуникация представляет собой важнейшую систему взаимодействия культурно-досуговой деятельности и самих участников социокультурной деятельности, так как именно социально-культурная коммуникация отвечает за обмен знаниями, традициями, ценностями, эмоциями и смыслами, и все это происходит в контексте самой социально-культурной деятельности. Социально-культурная коммуникация является коммуникационным пространством, где в тандеме существуют организаторы, посетители, государственные власти и общественные объединения. Именно в социально-культурной коммуникации могут существовать и реализовываться не только межличностные формы общения, но и медиаканалы, а также социальные сети. Одним из таких центральных пространств являются парки культуры и отдыха.

Парки культуры и отдыха во все времена являлись одним из самых главных объектов социально-культурной сферы, они занимали одно из важнейших мест в поддержании и эффективном развитии общественной активности, становлении культурного пространства и организации культурно-досуговой деятельности. В прогрессивном обществе в век современных технологий социум определяется повышенным интересом к качеству социально-культурной сферы, которая неотъемлемо влияет на становление человека как личности и отвечает за его развитие. Именно парки культуры и отдыха являются главными центрами социальной коммуникации, становления культурной идентичности и характеризуются общественной динамичностью.

Суть социально-культурной коммуникации как способ организации досуговой деятельности парка культуры и отдыха определяется ее функциями. К основным функциям, отвечающим за культурно-досуговую

³Романов, А.А. Массовые коммуникации : учебное пособие /А.А. Романов, Г.А. Васильев – Москва : Вузовский учебник, 2009. – 236 с.- Текст : непосредственный.

деятельность, относится информационная функция, которая отвечает за распространение информации о проводимых мероприятиях в целевой аудитории, тем самым увеличивая посещаемость культурно-досуговой организации. Социальная функция отвечает за формирование и укрепление чувства вовлеченности в культурную жизнь парка. Мотивационная функция отвечает за вовлечение и побуждение внимания посетителей к культурно-досуговой деятельности парка культуры и отдыха. Эффективная деятельность парка культуры и отдыха определяется организационно-регулятивной функцией, которая отвечает за регулирование и контроль действий участников. Одной из важнейших функций социально-культурной коммуникации, отвечающей за передачу культурных ценностей, общественных норм, традиций знаний и смыслов, отвечает ценностно-смысловая функция. Благодаря этим функциям социально-культурная коммуникация выполняет не фоновые задачи, а формирует структуру, содержание и сам процесс социально-культурной деятельности.

Исходя из этого, мы с уверенностью можем отметить, что определяющим показателем эффективной социально-культурной деятельности парка культуры и отдыха является социально-культурная коммуникация, устанавливающая связь между организаторами и посетителями парка культуры и отдыха, а также отвечающая за коммуникацию с партнерами и общественным пространством. Также социально-культурная коммуникация в современном парке культуры и отдыха является средством технической передачи информации и центральным ядром культурно-досуговой деятельности. В современном ритме жизни в условиях цифровизации и роста общественных потребностей традиционная культурно-досуговая деятельность парка культуры и отдыха нуждается в пересмотре и деконструкции.

В парках культуры и отдыха проводится большинство массовых мероприятий, таких как фестивали, народные гуляния, концерты и многие другие крупные мероприятия, именно поэтому эффективная коммуникация

здесь играет очень важную роль. Именно парки культуры и отдыха являются культурно-коммуникационной платформой, главной задачей которой является коммуникация с различными категориями населения. Социально-культурная коммуникация способна выявить социокультурные потребности не только посетителей парка культуры и отдыха, но и сообщества в целом. Зная потребности населения, социальная коммуникация способна сформировать программу проведения мероприятий с учетом предпочтений населения. Немаловажным стала и обратная связь оценки проведенных мероприятий в парке культуры и отдыха, которую обеспечивает коммуникация. Благодаря обратной связи стало возможным вести социальный диалог, введя при этом рассуждения и обмен представлениями.

Основополагающим остается посредством социально-культурной коммуникации сформировать идентичность парка культуры и отдыха, которая будет отвечать не только за образ и репутацию парка, но и повышать уровень доверия самого общества по отношению к нему. Именно доверие позволить вовлекать как можно больше местных партнеров и волонтеров в организацию культурно-досуговой деятельности парка. Благодаря этому социально-культурная коммуникация стала не только местом проведения досуга населения, но и зоной объединения социально-культурного творчества.

В век современных технологий, цифровизации и сетевых коммуникаций, когда мы не представляем своей жизни без социальных сетей, мессенджеров и онлайн-платформ, которые предоставляют возможным организовать и настроить контакт с целевой аудиторией, эффективно реагировать на ее запросы и продуктивно популяризировать мероприятия. Социально-культурная сфера в современном мире стала использовать определенные гибридные формы коммуникации, такие как онлайн-платформы, которые в свое время создают своевременность и охват; офлайн-каналы, которые поддерживают потребности современного поколения, непосредственно эффективность достигается в малых населенных

пунктах; интерактивные форматы, где акцент делается на опросах, различных семинарах и планировании самих мероприятий; визуальные и художественные средства, отвечающие за облик территории, его арт-объекты и инсталляции. В данном контексте и с помощью современных гибридных форм социально-культурная коммуникация выступает как действенный креативный инструмент, позволяющий конструировать отношения с целевой аудиторией, при этом сформировав эмоциональную и смысловую атмосферу событий.

Именно такие гибридные формы, как креативные коммуникации, являются специфическим способом передачи информации для привлечения посетителей парка культуры отдыха, при этом достигая цели.

При всех плюсах креативной коммуникации имеется и минус – это распространенность и охват. Креативная коммуникация имеет свои ограничения, они встречаются в малых населенных пунктах, где цифровизация не соответствует современным технологиям. Естественно, там в приоритете традиционные формы, которые нашли свое отражение в устных передачах информации, встречах с населением и локальными СМИ.

Несмотря на все это, актуальной остается и визуальная коммуникация, которая основывается на дизайне афиш, оформлении пространства и всего облика учреждения, которая, в свою очередь, отвечает за культурный образ парка и его узнаваемость.

Что касается практических аспектов парка как объекта коммуникативного центра, то на примере действующих парков культуры и отдыха (мы будем рассматривать, муниципальное бюджетное учреждение культуры «Парк культуры и отдыха» Каневского сельского поселения Каневского района (далее – МБУК «Парк КиО имени 300-летия ККВ»)) можно отметить эффективные и реализованные практики, такие как вовлеченность населения в разработку программ и акций, публичные дискуссии и встречи с населением, обратная связь после проведения мероприятий и открытые отчеты о самой деятельности организации и

дальнейшее планирование развития учреждения. Сопоставив все вышеизложенное, можно отметить, что МБУК «Парк КиО имени 300-летия ККВ» не только территория для проведения досуговой деятельности, но и центр общественной жизни, упрочняющий связь между населением, совершенствующий культурную инициативу и производящий неповторимое локальное сообщество.

Проанализировав все плюсы и минусы социально-культурной коммуникации МБУК «Парк КиО имени 300-летия ККВ», можно определить проблемы и рекомендовать пути их решения. К частым проблемам относятся: неквалифицированный персонал в области коммуникации, недостаточность стратегии коммуникационной системы, неполнота взаимодействия с различными группами населения. Для решения данных проблем можно внести предложения рекомендательного характера. В первую очередь необходимо выработать целевую коммуникационную стратегию; периодически проводить методы исследования, такие как социологический опрос, анкетирование и мониторинг потребностей граждан; проводить повышение квалификации сотрудников в сфере коммуникативной этики и обучать основам PR и SMM; активно вводить цифровые технологии и мультимедийные формы координации и коммуникации.

В заключение следует отметить, что социально-культурная коммуникация являлась, является и будет всегда оставаться неотъемлемой частью эффективной и успешной культурной деятельности парка культуры и отдыха. Ведь именно социально-культурная коммуникация является результативным способом организации досуга. Так как именно социально-культурная коммуникация соединяет в себе организационные, содержательные и ценностные аспекты культурно-досуговой деятельности парка культуры и отдыха. Именно формирование эффективной, успешной и инклюзивной коммуникации позволяет парку культуры и отдыха не только совершенствовать культурно-досуговую деятельность, но и становиться истинным объектом социально-культурной сферы.

Список источников

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации: учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Д.П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
2. О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации: Федеральный закон № 330–ФЗ от 08 августа 2024 г.: [принят Государственной Думой 30 июля 2024 г. // Администрация Президента России: официальный сайт. – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912/page/2> (дата обращения: 22.05.2025).
3. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Москва: Рефл-бук Ваклер, 2003. – 656 с.
4. Романов, А.А. Массовые коммуникации: учебное пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев – Москва: Вузовский учебник, 2009. – 236 с.
5. Соловьева, Е.З. Проектирование рекреационного досуга в условиях парковой среды: учебное пособие / Е.З. Соловьева, О.В. Степанченко. – Орел: Орловский государственный институт культуры, 2020. – 129 с.
6. Стражина, А.С. Технологии социальных коммуникаций современной библиотеки: практикум по курсу для обучающихся направления подготовки 51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность / А.С. Стражина; М-во культуры Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры. – Краснодар : КГИК, 2024. – 63 с.
7. Терещенко, Л.В. Проектирование социальных PR-коммуникаций: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки, профиль Арт-бизнес и реклама / Л.В. Терещенко. – М-во культуры Рос. Федерации, Краснодар. гос. ин-т культуры. – КГИК, 2019. – 79 с.