

ГЕНЕРИРОВАНИЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КАПИТАЛА ЛИЧНОСТИ ТЕХНОЛОГИЯМИ КОНЦЕРТНО-ЗРЕЛИЩНЫХ ПРОГРАММ

Богдан С.В.

Челябинский государственный институт культуры,

г. Челябинск, Российская Федерация, доцент кафедры социально-культурной

деятельности, кандидат педагогических наук

e-mail: bogdansveta@gmail.com

Концертная программа обладает высоким потенциалом в процессе генерирования социокультурного капитала [1]: в развитии и формировании культурных потребностей, интересов, отвечающих культуре данного общества; в развитии навыков досугового поведения, выражающихся в разнообразии видов, форм, результатов досуговых занятий; в становлении ценностных ориентаций; в развитии коммуникативных навыков; в формировании готовности к участию в социально-значимых видах концертной деятельности .

Технологический процесс концертно-зрелищных программ, создающих социокультурный капитал, строится с учетом социокультурной ситуации и особенностями поведения личности, условиями образа жизни и досуга. Генерирование социокультурного капитала личности осуществляется организаторами и участниками концертно-зрелищной программы при исследовании воздействия на нее социальной среды, микросферы коллектива, деятельности посредством выделения в самой личности социально значимых свойств. Построение концертной программы происходит относительно рассмотрения личности как элемента конкретных социальных структур совокупности социальных функций и социальных ролей, при выделении и изучении ценностных ориентаций личности. При этом следует учесть условия и факторы, в которых протекает процесс подготовки концертно-зрелищной программы.

Условия составляют ту среду, обстановку, в которой процесс подготовки концертно-зрелищной программы возникает, существует, развивается, при этом специалисты могут создать благоприятные и устранять неблагоприятные условия для генерирования социокультурного капитала.

Существенным фактом является то, что существуют определённые связи системы подготовки концертно-зрелищных программ. Внешнее воздействие даёт психологический эффект, лишь преломляясь через внутреннее состояние личности, через сложившийся у неё строй мыслей и чувств. Но в результате внешних воздействий появляются внешние причины. Для функционирования концертно-зрелищных

программ необходимы социально-педагогические условия, когда устанавливается обратная связь между концертно-зрелищными программами и обстоятельствами, в которых они проводятся.

Основными элементами технологий подготовки концертно-зрелищных программ являются объект (для кого проводится программа), субъект (сами организаторы программы), цель и содержание программы, формы работы с аудиторией, методы и средства.

Организаторы, содержание и все компоненты концертно-зрелищной программы направлены на аудиторию – зрителя (индивиды, группы, коллективы), создавая впечатления; воздействуя на чувства, сознание, настроение; побуждая духовные потребности; вызывая ценностные отношения. Организаторами и участникам концертно-зрелищных программ являются те, у кого значительная степень выраженности социокультурного капитала и они транслируют его через технологии концертно-зрелищных программ. Зрители, воспринимая транслируемый капитал, преломляя его через личностную призму, приобретают свой социокультурный капитал.

Получение желаемого результата достигается повышением эффективности эмоционального и интеллектуального воздействия на аудиторию. Это выражается в потребности восприятия искусства зрителем, без чего невозможно генерирующее влияние концертно-зрелищной программы на социокультурный капитал зрителя. Важно понимать, что потребности достаточно изменчивы и трансформируются под влиянием общественных процессов. Возможность влияния на потребности и мотивацию зрителя связана с их участием в концертно-зрелищной программе.

Таким образом, с одной стороны технологии концертно-зрелищных программ зависят от потенциала организаторов и участников, а с другой, - обстоятельствами и условиями, в которых они осуществляются. Практика, действительность обуславливает деятельность субъекта концертно-зрелищной программы. Цели, мотивы, условия концертно-зрелищной программы должны восприниматься в из окружающей действительности, осмысливаться, удерживаться, представлять и воспроизводиться.

Субъект-объектные взаимодействия в технологическом процессе концертно-зрелищных программ опираются на историко-культурное наследие. Деятельность субъекта опирается на психологические процессы и регулируется ими. Понимание мотивации личности особенно важно. Мотивация личности обуславливает участие личности в концертно-зрелищной программе. Такая личность, вовлечённая в массовое действие становится не только зрителем, но и участником события.

Концертно-зрелищные программы являются средством и результатом генерирования социокультурного капитала. Концерт как событие становится социальной формой социокультурного капитала. Достижение событийности, удовлетворённости зрителя является идеалом, стратегической целью практики концертно-зрелищных программ, придаёт данным технологиям социальную направленность.

Событийность концертно-зрелищных программ, значимость события позволяет объединить зрителей общей идеей, сверхзадачей и направить организаторов и участников концертно-зрелищной программы на достижение конкретных целей, в данном контексте генерировать социокультурный капитал. Технологии концертно-зрелищных программ, как общественное творчество направляют усилия субъектов и объектов на определённый отрезок жизни общества и человека, когда моделируется время досуга, коллективное «проживание» субъектов и объектов для развития их социокультурного капитала.

Поэтому субъект концертно-зрелищной программы посредством различных способов воздействия выстраивает свои отношения с объектом как с партнером по взаимодействию.

Названные обстоятельства определяют синтетический характер технологии концертно-зрелищных программ, здесь их необходимо рассматривать через отношения "субъект - объект - субъект". Помимо этого, технологии разворачиваются и в социально-психологической плоскости "личность - общество". Отношения между субъектом и объектом выстраиваются в материальной и духовной плоскостях. Здесь, в материальной плоскости субъект преобразовывает объект, зрителя концертно-творческой программы. В духовной плоскости субъект познаёт объект и оценивается им.

Субъект-объектное взаимодействие образует коммуникативный процесс, который выступает основанием для различных видов, типов и форм отношений действующих в познавательной, эстетически-преобразовательной, оценочной, знаковой и др. аспектов деятельности.

Таким образом, технологии концертно-зрелищных программ вбирают весь комплекс процессуальной деятельности от замысла до осуществления. Системность и последовательность технологических процессов, включают важнейшие алгоритмы действий от разработки концептуальной основы предполагаемого проекта концертно-зрелищной программы до её проведения через: социальный заказ – диагностику – прогноз – четкое формулирование целей и задач – выбор содержания – отбор форм, методов, средств – условий – организацию и управление, способствующих достижению

прогнозируемого результата с конкретным субъектом в конкретной среде, направленное воздействие на духовный мир личности, что влияет на отношение личности к материальным и духовным ценностям и их созданию.

Технологии концертно-зрелищных программ имеют следующие черты: целостность, целесообразность, функциональное единство составляющих ее компонентов. Они представляют некую целостную связь концертных номеров, самих концертов, составляющих программу. Эта связь осуществляется единством целей, концепции, разнообразием форм, средств, приёмов, методов, интеграцией методики и организации. Эта целостность предполагает не только наиболее оптимальное использование средств, фондов, талантов. Их слияние обеспечивает наибольшую планомерность, целенаправленность и концентрированность воздействия.

Целенаправленная деятельность субъекта по генерированию социокультурного капитала обеспечивает объективное соответствие содержания и формы, средств и методов. Ключевыми составляющими технологий концертно-зрелищных программ являются: организаторский и методический компоненты.

В современной практике концертно-зрелищных программ, к сожалению, случается недостаточность организованности и методическая ограниченность этого процесса. Несоблюдение должного соотношения организационной и методической деятельностью приводит к недостаточности эффекта воздействия на аудиторию, а разобщённость этих компонентов вызывает схематизм, стереотипность в подготовке и проведении концертно-зрелищных программ. Дисбаланс вызывает коррозию многообразных качественных соотношений в процессе концертно-зрелищных программ, разрыв внутренней динамики, нарушение целостности. Оптимальное соотношение организации и методики достигается профессиональным мастерством субъекта.

Четкая взаимосвязь, рациональная структура управления и взаимодействия со зрителем достигается оптимальным упорядочением всех составных элементов технологического процесса это и есть организация в полном смысле её значения.

Однако, формализация основных процессов, свойственная всякой организации создаёт препятствия развитию личности, чтобы этого не происходило необходимо стимулировать творческую активность, полноценно использовать и, тем самым генерировать социокультурный капитал всех участников и зрителей концертно-зрелищных программ. В связи с этим, организация концертно-творческой программы представляет процесс, в котором деятельность, выстроена по определенным этапам, а

каждый этап представляет сумму целенаправленных действий, отражающих закономерную последовательность их осуществления.

Являясь компонентом целостного процесса, методическая деятельность, интегрируясь с организаторской, составляет основу творчества, проецируемого в социокультурный капитал, выступает внутренним регулятором данного процесса. Методическая деятельность ценностное содержание действительности переводит в конкретную форму, определяет и разрабатывает тактику подготовки и проведения концертно-творческой программы. Методическая деятельность преобразует информацию, с помощью художественно-образных, символично-аллегорических и других выразительных средств и действий, способствует достижению поставленной цели. В концертно-зрелищных программах средства рационального и эмоционального воздействия тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Эмоционально-выразительная форма высокохудожественных зрелищных программ приводит к сотворчеству субъекта-объекта. Мысли, чувства, чувственно-предметное отражение действительности становятся целостностью, складывающейся в целостный образ в сознании человека.

Технологии подготовки и проведения концертно-зрелищной программы вырабатывают множество устойчивых взаимосвязей и взаимодействий между людьми, реализующими организационные и методические функции. Таким образом, организация и методика являются основными составляющими технологий концертно-зрелищной программы.

Для генерации социокультурного капитала важной составляющей содержания технологического процесса концертно-зрелищных программ является информация. Организаторы и участники творчески интерпретируют информацию о действительности, которая в концертных формах воспринимается зрителем. Такая информация проходит через составляющие технологий концертно-зрелищных программ: организацию и методику. Организованная и методически обработанная информация, запечатленная в сценических образах, предстаёт перед зрителем, вызывает эмоции, чувства, осмысления прошлых, настоящих и будущих событий и состояний действительности, даёт импульс, побуждение к созидательной деятельности, организовывая встречу с культурой и искусством, создаёт, таким образом, накопления в социокультурном капитале, как личности, так и общества.

Генерирование социокультурного капитала в технологическом процессе концертно-зрелищных программ происходит по следующим этапам:

1. Анализ социокультурной ситуации, целеполагание и планирование. Цель программы заключается в соединении в единый технологический процесс организаторской и методической видов деятельности. Исходя из цели, определяется состав рабочих групп: организаторской, сценарной, режиссерской групп. В подготовку и проведение программы вовлекается всё больше специалистов и участников. Задачами групп становится кооперирование эмоциональных и содержательных воздействий. Организаторы программы достигают понимания участниками целесообразности общей деятельности, способствуют заинтересованности в решении задач, обеспечивают движение информации о положении дел. Одновременно создаются организационно-педагогические условия для творческого процесса. На этом этапе осуществляется планирование деятельности и материальное обеспечение плана. Планирование обеспечивает организацию технологического процесса во времени и пространстве, постановку целей, выбор аудитории, определение материальных и кадровых ресурсов, выбор форм, средств, методов и т. д.

2. Сбор материалов для подготовки концертно-зрелищной программы. Собранные материалы поступают в распоряжение сценарной группы. Сценарная группа определяет функциональные обязанности исполнителей, рационально объединяет их усилия, проводит регулярные обсуждения с исполнителями вопросов, постановки и репетиции исполнительских ролей. Далее актив рабочих групп самостоятельно занимается организаторской работой по подготовке концертно-зрелищных программ. Организаторы устанавливают взаимодействия между группами, проводят инструктаж, общее руководство деятельностью и контроль над её осуществлением.

3. Проведение программы. Это итог работы. Здесь соединяются усилия всех и организаторов и участников. Решая поставленные задачи, нужно преодолеть нервное напряжение. Программа проводится по постановочному плану, ориентируясь на него, наблюдают за эффективностью программы. Это позволяет быстро сориентироваться, проявить импровизацию при неожиданной реакции зала. Во время проведения программы от организаторов требуется обеспечить безопасность артистам и зрителям, это тоже одно из слагаемых успеха концертно-зрелищной программы.

4. Анализ проведения программы. Объективный анализ обуславливает качественное проведение последующих программ, выявленные недостатки, ошибки показывают какие меры нужно предпринять, что бы избежать аналогичных ошибок. По итогам анализа делаются выводы, предложения, рекомендации по организации последующей деятельности.

Концертный номер представляет неотъемлемую часть концертно-зрелищной программы, является важным звеном в технологиях концертно-зрелищных программ.

Концертно-зрелищные действия выстраиваются на основе выразительных средств, общих для всех разновидностей жанра. Концерт состоит из номеров. Эпизоды, концерты, номера – звенья монтажа концертной драматургии складывают концертно-зрелищную программу в целостное художественное произведение. Концертный номер – форма существования артиста на сцене, артист – главная фигура концертной деятельности.

Основные свойства концертного номера определяют функциональную и смысловую нагрузку концерта как взаимодействие – эпизодов-номеров. Оригинальный номер должен содержать энергетический толчок всему концерту. Неожиданные приемы, ставят смысловые акценты, создают композицию концерта. Концертный номер имеет свои структурные особенности : место, действие, время, которые находятся во взаимосвязи. Эстетическое значение «место» и «время» в номере приобретает, тогда, когда номер является художественным произведением. Номер является самостоятельной творческой единицей концерта, эстрадного искусства, при этом все элементы должны быть сбалансированы. Действие как часть номера, соединяет место и время, одушевляет, наполняет образным содержанием концертную форму.

Концертно-зрелищная программа как искусство, существует тогда, когда у исполнителя есть талант, его социокультурный капитал. Талантливые люди дают неповторимость номеру своей самобытностью. Такими же талантливыми должны быть режиссеры, драматурги, композиторы, писатели, поэты и постановщики концертных номеров. От них зависит репертуар исполнителя, увлекательная форма, образность восприятия [2, с. 106].

В результате в концертном номере, в концертно-зрелищной программе интегрируются активы социокультурного капитала, всех кто причастен к созданию номера и концерта. Это обогащает их социокультурный капитал. В свою очередь у зрителей, воспринимающих концертные номера и программы, тоже возникают чувства, мысли, вызывающие ценностные отношения, побуждающие к созиданию. Таким образом, технологии концертно-зрелищных программ генерируют социокультурный капитал.

Литература:

1. Богдан, С. В. Состояния социокультурного капитала в социально-культурной сфере /С. В. Богдан // Социально-культурная деятельность как феномен педагогики: материалы междунар.науч.-практ.конф./ Сост С. В. Богдан.- Челябинск, 2013. С. 9-13.

2.Тихоновская, Г. С. Сценарно-режиссерские технологии создания культурно-досуговых программ: монография / Г. С. Тихоновская. – М.: МГУКИ, 2010.