

## Публичната комуникация като елемент от дейността на съвременното читалище

доц. д-р Венцислав Велев  
УниБИТ, гр. София

## Public communication as an element of the activity of the modern chitalishte

Assoc. Prof. Dr. Ventsislav Velev  
ULSIT, Sofia

**Abstract:** *Public communication, understood as mutual – two-way and multi-way process, which is associated with the exchange of information between individual creators and users of services is an important element of the activities of any cultural organization. This process is also present in the system of the community center – chitalishte. The popularization of their activity and expansion of the circle of those interested in it is of key importance in the modern information society. The use of different types of communication channels and their effective application in practice becomes a topic that should find its answer and place in the daily activities of each community center in the country. This article focuses on some of these issues. The Chitalishte is presented not only as the most popular cultural organization and creator of a cultural product, but also as one that generates a new information flow of data that should support and guide citizens in the cultural environment. The application of new communication channels is dictated by the natural development of public life.*

**Keywords:** *communication, communication processes, cultural organizations, community centers – chitalishte.*

**Резюме:** Публичната комуникация, разбрана като взаимен – двупосочен и многопосочен процес, който е свързан с обмена на информация между отделни създатели и потребители на услуги е важен елемент от дейността на всяка една културна организация. Този процес е наличен и в системата на читалищата. Популяризирането на тяхната дейност и разширяване кръга на заинтересованите от нея е от ключово значение в съвременното информационно общество. Използването на различен тип комуникационни канали и тяхното ефективно приложение в практиката се превръща в тема, която следва да намери своя отговор и място в ежедневната дейност на всяко едно читалище в страната. Настоящата статия

съсредоточава вниманието си към част от тези въпроси. Читалището е представено не само като най-масовата културна организация и създател на културен продукт, но и като такава, която генерира нов информационен поток от данни, които следва да подпомогнат и ориентират гражданите в културната среда. Прилагането на нови комуникационни канали е продиктувано от естественото развитие на обществения живот.

**Ключови думи:** комуникация, комуникационни процеси, културни организации, читалища.

### **Въведение**

Все по-често понятието „публични комуникации“ може да бъде срещнато с определение в различен контекст. Ето защо, още в началото следва да бъде изяснен смисъла, в който то ще бъде използвано в настоящата статия. Ако погледнем различните изследователи занимаващи се с проблематиката на комуникационния процес като цяло, то повечето от тях се обединяват около убеждението, че според възприетите разбирания това е процес, който представя общуването и постигането на устойчиво доверие между една организация и аудиторията/публиките, към които тя е ориентирана. В същото време това представя и разбирането на създателя на определен информационен поток по отношение на начините, целите и методите на неговото транслиране.<sup>1</sup> Тук следва обаче да се има в предвид, че когато говорим за комуникация в най-широк смисъл на понятието, то тогава този процес се разбира и като своеобразна връзка между всички живи същества. Всяко едно от тях комуникира по свой собствен начин и по канал с какъвто природата го е дарила. Това показва, че всички организми непрекъснато са в една понякога сложна за обяснение, но подчертано непрекъснатата връзка помежду си. В този смисъл комуникацията може да се приеме и като среща на човека със заобикалящия го свят, по време на която се осъществява непрекъснатата връзка и обмен на информация. Всичко това показва, че комуникацията е двупосочен или

---

<sup>1</sup> Повече по въпроса Вж на: **Райков З.** Публична комуникация. София, 1999 г.; **Богова, Хр.** СМИ и политика. Съвременни комуникационни взаимодействия. Москва, 2021.

многосочен динамичен процес, който е зависим и от различни особености, както и от конкретната обстановка на негова проява.

Приемайки разбирането, че публичната комуникация е процес, по време на който се осъществява не само общуване, но и постигане на доверие между комуникиращите страни, на преден план изпъква и необходимостта от проследяването му в сферата на културата. От значение е проследяването на пътя и способите за обмяната на информация между отделните културни организации и техните публики/потребители. Интерес представлява и проследяването на това как този процес се осъществява в мрежата на най-разпространения културен институт у нас – народните читалища. Изхождайки от спецификата на читалището, като гражданска организация с подчертано изразени принципи на самоуправление връзката между създателите и потребителите на читалищни услуги може да се разглежда и като система за проверка и ориентация на обмена на информация. Това подпомага ориентиране на участващите в него два субекта за по-точно и правилно общуване и споделяне на различни общи стремежи. В контекста на изложеното, необходимо е точно и ясно да бъдат идентифицирани различните страни на комуникационния процес в читалищата. В най-общ план те биват: група на тези, които създават информацията и група на тези, които я приемат. На следващ план, важно е да се проследи и обратната връзка, която се формира по време на цялостния комуникационен процес. Не по маловажно е и да се разгледат използваните методи и способности, както и резултатите от тяхната приложимост.

И не на последно място трябва да се подчертае, че за нуждите на настоящето изследване комуникационният процес в читалищата е определен с понятието „публична комуникация в читалищата“, като се изхожда от разбирането, че тук всички елементи на комуникация не остават затворени вътре в самата институция или между отделни нейни членове, а винаги са насочени към публиката и навън, с оглед и на спецификата на читалищата като обществена и гражданска организация – създадена от хората и отворена към хората.

## **1. Субекти на комуникационния процес в читалищата**

Основните аспекти, които формират комуникационния процес в читалищата не се различават от традиционните, които се определят при всеки един тип комуникация. А те биват: • Изпращач • Съобщение • Канал за комуникация • Получател/аудитория • Ефект • Обратна връзка • Установяване на общност.

През годините се наблюдават различни проявления на комуникация в читалищата. Те са продиктувани от основно от спецификата на институцията, формирана още от зараждането си като културно-просветна организация. На следващо място е нужно да се подчертае същността на отделните периоди на нейното развитие в различни моменти на общественоекономическото развитие и отношения. Не трябва да се пропуска и обстоятелството, че има случаи, когато читалищната дейност е използвана с цел пропаганда на определени моменти цели. Важно е да се подчертае и че през целият период на своето съществуване читалището винаги се е възприемало като основен инструмент за формиране на мнение по значими за обществото въпроси, особено в по-малките населени места.

Както бе посочено, субектите, които формират комуникационния процес в читалището основно могат да се определят на два – от една страна това се активно работещите в читалищните структури, а от друга – потребителите на създадените от първите услуги/продукти. Тяхната комуникация винаги е публична и отворена, с опция и за разширяване на кръга на включените в нея. Това се явява и като продължение на разбирането наложено още от първите години на създаване на читалищната институция, която като гражданска такава винаги е носила мисията за равноправно общуване и предоставяне на информация и познания от един индивид на друг, без оглед на пол, възраст, религиозна, етническа или социална определеност. Това показва, че осъществяването на взаимна комуникация, която в същия момент да бъде и публична е от изключително важно значение, и без този процес самата институция не би могла да съществува.

Двете основни идентифицирани страни на комуникационния процес в читалищата имат и свое вътрешно деление, което се налага от спецификата на самата читалищна дейност.

- Създателите на основните услуги/продукти в читалищата. Самите те могат да бъдат обособени на такива, които разработват и предоставят услуги от административен характер – административния персонал на едно читалище, както и на такива, които осъществяват творческите дейности в едно читалище и съдействат за формирането и предоставянето на културен и образователен продукт. Това представлява една от най-важните страни на читалищната дейност. Създаването на различен по своя характер и същност културен продукт изисква същият да бъде изведен и представен и пред широката публика. За целта е необходимо да се намери не само правилния път към нея, но и същият да бъде ясно и точно комуникиран с потребителите/публиката. В противен случай разработеният продукт/информация би останал затворен само в кръга на нейните създатели, което до голяма степен би обезсмислило необходимостта от неговото/нейното създаване.
- Ползвателите на читалищните услуги/продукти, сформирани на публики. Това е изключително широка група. Практически може да се приеме, че в нея влиза и обществото като цяло. Тук е важно да се отбележи, че се забелязва частично смесване на двете групи. Между ползвателите/публиките има и такива, които активно се включват в процеса на създаване на услуга/продукт/информация с културно съдържание. Това се поражда и от обстоятелството, че комуникацията между двата субекта е напълно публична и ежедневна, като със своя характер тя представлява част от цялостното развитие на читалищата.

Важно е да се подчертае, че в читалищата публична комуникация е напълно открита. По този начин тя способства не само за представяне дейността на читалищата, но и за търсене на най-пра-

вилните подходи за нейното развитие и обогатяване. Всичко това е в отговор на основната характеристика на читалищната мрежа, която от създаването си до днес се опира на принципите на доброволност, гражданственост и разчита на взаимния вътрешен контрол и самоконтрол на отделните звена на дейности. В рамките на читалищната мрежа субектите на публична комуникация я възприемат като инструмент за постигане на прозрачност в изпълнение на целите и задачите на институцията, като в същото време неминуемо тя търпи развитие през годините, по отношение на начините на реализиране и резултатите, посредством които оказва влияние върху постигнатите резултати. Насърчаването на общуването между читалищните дейци си остава основен принцип, който намира своето проявление посредством различни използвани методи и канали.

## **2. Видове публична комуникация в читалищната мрежа**

Както стана ясно, наличието на непрекъсната комуникация и насърчаването на нейното развитие, е една от основните характеристики на дейността на читалищната мрежа. Както във всяка една организация, така и тук се използват различни методи и способности на комуникация, които се в отговор и на съответната специфика. Подборът е насочен към насърчаване на събирането, подбирането, обработването и съответно разпространението на създадената информацията. Всичко това е в контекста и на разбирането, че наличната в читалищата публична комуникация се явява не само начин на мислене, но и на поведение на всички нива в институцията, което намира и своя външен изказ посредством използването на различни комуникационни способности. Най-често прилаганите такива в рамките на читалищната мрежа са свързани с традиционните методи на комуникация – вербална и невербална. Провеждането на различни типове дискусии, организирането на лектории, срещи и друг тип публични събирания (елементи на вербалната комуникация), са прийоми, които читалищата използват почти през цялата своя 160 годишна история. Всеки един от тях се развива през годините и се реализира с помощта и на различни допълнителни средства. Тук те често биват подкрепени и с методи съдържащи се

в т.нар. паравербалната комуникация. Използват се едновременно и различни аудиосигнали, които съпровождат речта на човека и въвеждат в нея допълнителни стойности. Това довежда казаното да бъде подсилено като ефект. В случая се използва промяната на интонацията на говорещия, неговият тембър и/или ритъм на изговор, използваните различни фразеологични акценти. Често в практиката това се приема и за преход към невербалната комуникация, като тя основно намира своето изражение в представяне на отделни културни продукти и/или услуги създадени в самото читалище (сценичните и изпълнителски изяви). По същество това са най-широко използваните методи в читалището. Макар и не единствени, повечето от тях ги прилагат и поради факта, че публиката, която е ползвател на читалищните продукти/услуги ги предпочита за основен комуникационен канал. Причините за това могат да се търсят в мястото на развитие на читалищната институция, възрастовата граница на участниците в комуникационния процес, както и в утвърдената традиция.

В резултат и на технологичното обновяване, както и на разширяването периметъра на ползвани технически средства, през последните години осъществяването на публичната комуникация в/от/към читалищата често е подпомогната и от прилагането на различни по своята същност интерактивни подходи и съпътстващия ги инструментариум. Визуализирането и от там процеса на комуникация, който обаче често е с еднопосочна форма на предаване на информацията, се осъществява с помощта на мултимедийните технологии, които все повече намират своето присъствие в дейността на съвременното читалище. Тук трябва да отбележим, че почти няма читалище в страната, в т.ч. и читалищна библиотека, която да не разполага с компютърна техника. Достъпът до интернет, а от там и онлайн услуги се превръща в ежедневна дейност. Скъсяването на дистанцията между различните потребители, макар и на виртуално ниво, създава възможност за нов тип комуникация, която е част и общата комуникация на местната общност. Това доведе до разширяване в още по-голям ареал на кръга от комуникиращи, което може да се приеме и като положителен момент. Макар и всичко това да не се приема еднозначно, този тип

процеси се развиват и прилагат повсеместно. Преминаването от един етап/метод към следващ е се използва когато налице са или изчерпани ресурсите на предшестващия или обстоятелствата бързо налагат да се премине към друг момент на комуникация.<sup>2</sup> По този начин се създават и нови комуникационни канали, някои от които в определени моменти и за определени цели се превръщат в основни.

### **3. Комуникационни канали**

В своята дейност народните читалища използват пълният спектър на различни канали, които им дават възможност за осъществяването както на еднопосочен, така и на двупосочен, а също и на многопосочен процес на публична комуникация.

- **Канали за комуникация в реална среда**

Тук може да се отбележат различните традиционно организирани и провеждани публични прояви, които се реализират от читалищните дейци в читалищните сгради. По същество това е най-старата и все още основна форма на комуникация в една обществена организация. Прекият диалог осъществен с различните способности на общуване в много от читалищата си остава единствен. До голяма степен комуникацията face & face е предпочитана и предвид широкия спектър на присъствие на различни хора в читалищата – възрастово, социално, интелектуално и пр. Макар и традиционен по своя характер и съдържание, този комуникационен канал в най-пълна степен отговаря на същността на читалищната институция. Работата с живия човек и произтичащата от това обмяна на информация е част от цялостната художествено-творческа и образователна дейност.

- **Канали за комуникация в онлайн среда.**

---

<sup>2</sup> Като пример за бързо преминаване от един метод на комуникация и превръщането на новия в основен за неопределено време може да се посочи налагането на ограниченията за реално общуване между хората, предизвикани от пандемията свързана с COVID-19. Използването на онлайн комуникация в различните сфери на читалищна дейност – административна, библиотечна и творческа, създаде нови комуникационни канали, както и методи за тяхното прилагане в практиката.

Не само от последните месеци, но и от около десетина години насам, този тип канал се явява един от най-предпочитаните за установяване на различни форми на комуникация. Набавяйки си различна техника и придобивайки възможността за активно присъствие в глобалната мрежа, читалищата все повече започват да разширяват създаването на информационни потоци и предаването им посредством онлайн канали и уеб базирани платформи. Това е в резултат и от навлизането на новите технологии в ежедневието на всеки един човек. Възможностите на интернет комуникацията се възприемат като нещо естествено и логично продължение на използваната „стандартна“ до този момент такава. Появяват се различните теории за цифровото ежедневие, определяне на медийната среда като неделима част от ежедневието ни, глобалната мрежа като всеобхващащ ни нов свят. Един от пионерите в изследването на тези процеси – световно известният американски визионер и изследовател на медийната среда Никълъс Негропonte, образно описва ефекта от появата на интернет с думите „10,5 по скалата на Рихтер за социални промени“. По нататък той се спира на новите предизвикателства пред които са изправени различните комуникаращи страни и как същите могат да използват новите прийоми и способности на виртуалното общуване.<sup>3</sup>

Предвид всеобхватното и ежедневно приложимо в ежедневието ни присъствие на новите технологии възможностите за осъществяването на комуникация, в т.ч. на диалог, на обмен на мнения и транслиране на информация, стават огромни. Към това може да се прибави и ефектът от събиране по едно и също време, независимо от разстоянията на голям брой хора, които в други условия не биха имали възможност за подобен тип общуване. Така те получават средство за общуване, а в същото време и за разпространение на собствени идеи. Осъществява се обмяна и формиране на общи виждания. В онлайн пространството се създава възможност за използването на нов тип дигитални ресурси за постигане на определени цели, които понякога се явяват от жизнено важно значение за функционирането на една организация. Всичко това активно се

---

<sup>3</sup> **Negroponte, N.** Being Digital. New York, 1995 // <<http://web.stanford.edu/class/its175/NewFiles/Negroponte.%20Being%20Digital.pdf>>

използва и от съвременното читалище. Доказателство за това са създадените многобройни интернет страници, вкл. и в различните социални мрежи, специализирани портали и др., които обединяват аудитория със сходни виждания и интереси и провокират обмяна на идеи за намиране на разрешение на отделни проблеми или просто за презентиране в публичното пространство на съответни постижения. Прегледът на наличната общодостъпна информация в Интернет показва, че от близо 3500 читалища в страната около половината имат свои разработени уеб страници. Разбира се, същите са на различно ниво като съдържание, респективно носене и предоставяне на информация. Факт е обаче, че същите се превръщат в нов инструмент за създаване на различни типове комуникационни връзки, а също така дават сведения относно читалищната дейност, респективно същите са канал за комуникация между читалищните членове. В тази посока най-мощен е инструментът създаден посредством навлизането на социалните мрежи в ежедневието ни. Този канал на комуникация носи различни свои характеристики, поради което е необходимо да бъде обект на сериозно проучване, най-вече в частта му свързана със създаването и разпространяването на информационен поток.

### **Извод**

Публичната комуникация, разбрана като взаимен – двупосочен и многопосочен процес, свързан с обмяна на информация между отделни потребители на услуги е важен елемент от дейността на всяка една културна организация, в т.ч. и на читалищата. Популяризирането на тяхната дейност и разширяване кръга на заинтересованите от нея е от ключово значение в съвременното информационно общество. Използването на различен тип комуникационни канали и тяхното ефективно приложение в практиката се превръща в тема, която следва да намери своя отговор и място в ежедневната дейност на всяко едно читалище в страната. То е създател и потребител на информация. Неговата характеристика на институция, която генерира важен за обществото информационен поток е безспорна. Различията между отделните читалища, спецификата на тяхната дейност, възможности и капацитет са в основата

на използване на различни комуникационни канали. Макар и при-  
видно еднакви, същите намират различие в тяхното използване.

Важно е да се има в предвид, че читалището е не само най-масовата културна организация в страната, но то е и важен създател на културно-образователен продукт, а също така е и негов разпространител. То формира в голяма степен и обществените нагласи към различните културни процеси в страната. В неговата дейност участие вземат различен кръг от хора. Използването на публичната комуникация е неотменима част и присъства като важен елемент в дейността на съвременното читалище, поради което същата следва да бъде обект на сериозно проучване и набелязване на конкретни приоритети за работа в тази посока.

### **Използвана литература:**

1. **Богова, Хр.** СМИ и политика. Съвременни комуникационни взаимодействия. Москва, 2021.
2. **Райков З.** Публична комуникация. София, 1999 г.;
3. **Negroponte, Nicholas.** Being Digital. New York, 1995 // <<http://web.stanford.edu/class/sts175/NewFiles/Negroponte.%20Being%20Digital.pdf>>