

*М. И. Веренич,
научный сотрудник отдела культуры
Института социологии НАН Беларуси*

РАЗВИТИЕ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА КУЛЬТУРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ПРАКТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Становление Республики Беларусь как независимого государства и ее вхождение в мировые общецивилизационные процессы происходит на фоне глобализации экономической, политической и социально-культурной сфер. Глобализация, формируя единую экономическую, информационную, технико-технологическую и социальную среду повлияла в том числе и на переосмысление роли и места культурно-творческой деятельности. Если ранее, в контексте теорий постиндустриального общества говорилось об экономике как об экономике знаний, экономике информации, то сегодня говорится о креатосфере, об экономике символического обмена, творческой экономике, экономике желаний, прибыль или вклад которой можно рассчитывать в том числе и традиционными экономическими показателями (доля ВВП, занятость и заработная плата, экспорт и импорт, вклад в развитие местного сообщества и территорий и др.).

Реализация современных культурных практик на наш взгляд, возможна через призму инновационного, креативного подхода, основанного также на знаниях, наукоемких технологиях, новых разработках, преобладании сферы качественных услуг и новых подходах к культурному продукту. Должна активно зарождаться новая концепция социального и экономического развития, выдвигающая культурные ресурсы и творчество на первый план, развивающая посредством соединения творчества и бизнес-подходов и неформальный сектор культуры, культурно-творческие кластеры.

В Беларуси наблюдается активизация инициатив и движений, связанных с возрождением национального самосознания, белорусского языка, социальной и исторической памяти, раздается критика деятельности формального сектора культуры. Отмечены попытки организации и проведения независимой экспертизы и общественного обсуждения обращения, хранения и восстановления историко-культурных памятников и ценно-

стей, обеспечения доступа широких масс населения к культурным услугам.

Но следует отметить, что хотя сегодня участие негосударственного сектора (общественных, неформальных организаций) в культурно-творческой деятельности пока фрагментарно и эпизодично, затруднено в том числе и доминирующей ролью государства в реализации направлений культурной политики, востребованность в расширении форм и методов удовлетворения досуговых, культурных и рекреационных потребностей представителей различных социальных групп населения (детей, молодежи, пожилых, людей с особенностями развития и т. д.), и с учетом происходящих социально-культурных трансформаций приведет к коммерциализации сектора и развитию частных инициатив. В Кодексе Республики Беларусь «О культуре» отмечены возможности создания условий для развития и оказания поддержки организаций всех форм собственности, осуществляющих деятельность в сфере культуры в реализации культурных проектов на конкурсной основе; финансирования культурной деятельности путем выделения субсидий, грантов; создания фондов, оказания спонсорской поддержки, развития меценатства и благотворительности в культуре.

Дискуссии, возникающие в неформальной среде, также постулируют, что современное государство должно не просто обеспечивать гарантированную конституцией свободу творчества граждан, не вмешиваясь в творческие процессы, а поддерживать все многообразие творческих проявлений в современном обществе.

Это говорит о необходимости диалога и переосмысления отношений между основными субъектами культурной политики: государством и его институтами, органами управления культурой, организациями культуры и искусства, творческими объединениями и союзами создателей художественных ценностей и культурного продукта, общественными организациями и объединениями поддержки культуры.

На территории Беларуси не проводилось масштабных исследований развития негосударственного сектора культуры, что сейчас достаточно актуально. Организация и проведение такого исследования позволит выявить, проанализировать и обобщить инициативы в области реализации социально-

культурной деятельности негосударственными структурами с целью оценки их эффективности, поиска форм взаимодействия с официальными структурами для дальнейшего их публичного обсуждения и расширения практики внедрения и использования.

Сотрудниками отдела социологии культуры Института социологии НАН Беларуси методом онлайн проведен пилотный опрос с целью изучения мнения независимых экспертов, представителей негосударственного сектора о ситуации в сфере культуры Республики Беларусь. В качестве экспертов выступили респонденты в возрасте от 16 до 54 лет, мужчины и женщины с разным уровнем образования и стажем работы. Всего было опрошено 50 человек.

В разработанном инструментарии исследования экспертам полагалось оценить доступность/популярность услуг, предлагаемых негосударственным сектором культуры населению; выделить характеристики, которыми должны обладать культурно-досуговые услуги, предоставляемые негосударственными учреждениями, выявить информированность о творческих кластерах и высказать отношение к творческим индустриям и возможности развития этих направлений в нашей стране.

Это расширит круг акторов и участников рынка культурных услуг, разнообразит досуг и творческую активность граждан, будет способствовать интеграции различных сфер общества, взаимодействию творчества и бизнеса, культуры и экономики, которые до настоящего момента развиваются практически отдельно друг от друга, но ощущают потребность к взаимодействию, находя реальные ресурсы для дальнейшего развития и формируя такое новое явление, как креативная экономика.

По результатам опросов, в характеристике культурных услуг первые три ранговых места занимают (в порядке убывания): ценовая доступность; качество предоставляемых услуг; территориальная доступность (см. рис.).



Рис. Характеристики, которыми должны обладать услуги негосударственных учреждений культуры в Беларуси, %

С учетом глобализации, информатизации и развития новых сетевых технологий в обществе возникает потребность в партикуляризации и диверсификации услуг, появлении инновационных форм организации досуга населения и представлении культурных услуг в целом, что повлияет на появление новых субъектов в секторе, так как общественные организации, частные инициативы, индивидуальные предприниматели более мобильны и, следовательно, будут более востребованы с точки зрения функционирования в секторе культуры. По мнению опрошенных, это творческие кластеры и творческие индустрии, которые находятся в Беларуси в процессе становления.

На вопрос о потребности в развитии творческих кластеров в стране 59,4% респондентов отметили данное направление перспективным, затруднились ответить 31,3% как неперспективное – отметили 9,4%.

На вопрос о выделении сфер, где есть возможность организовать творческие кластеры, получены следующие ответы (см. табл.):

Сферы культуры, где есть возможность организации творческих кластеров

Сферы культуры	%
Визуальные искусства (галерейный бизнес, фотография, медиа арт)	88,9
Мультимедиа (создание развлекательных интерактивных программ и компьютерных игр)	66,7
Производство кино- и видеопродукции	55,6
Музыка	50,0
Теле-, радио- и интернет-вещание	50,0
Исполнительские искусства (театр, танец, эстрада)	44,4
Дизайн	27,8
Мода	27,8
Ремесла	22,2
Издательское дело	5,6

Наиболее перспективными отраслями были отмечены: визуальные искусства, мультимедиа и производство кино- и видеопродукции.

На наш взгляд, следует отметить, что теория развития творческих индустрий предполагает развитие в первую очередь, местного потенциала креативной экономики. Среди современных общественно культурных инициатив Беларуси можно выделить 5–6 основных перспективных направлений: популяризация и изучение белорусского языка и культуры, народные промыслы и ремесленничество, молодежные субкультуры, агротуризм. Реализуя эти инициативы, можно создавать добавленную стоимость, дублировать и мультиплицировать их на разные территории и регионы страны.

Анализ форм, методов, конкретных примеров и результатов реализации общественных инициатив и проектов в сфере культуры даст возможность переосмыслить функционирование этой сферы, придать импульс инициации новых действий и акций, вовлечь новых участников в процесс формирования и реализации культурного продукта.