

культуры / Т.М. Анурина, Л.М. Кондракова, Ю.А. Остахова [Текст] // Ученые записки Орловского государственного университета - № 1(82)-2019. - С. 151-156.

7. Информационные и педагогические технологии в современном образовательном учреждении: материалы X Всероссийской научно-практической конференции (г. Череповец, 5 апреля 2019 г.): 16+ / Министерство образования и науки РФ, Череповецкий государственный университет ; редакционная коллегия: Плотникова Надежда Валентиновна [и др.]. - Череповец: ФГБОУ ВО «Череповецкий государственный университет», 2019. - 344 с.

Барма О.А.,

Белорусский государственный университет культуры и искусств

Информационное обеспечение профессиональной деятельности культуролога-менеджера

Представлена характеристика информационного контента интернет-ресурсов открытого доступа, используемого для информационного сопровождения профессиональной деятельности культуролога-менеджера.

Ключевые слова: культуролог-менеджер, интернет-ресурсы открытого доступа, информационное сопровождение профессиональной деятельности.

Barma O.A.,

Belarusian State University of Culture and Arts

Information support for the professional activities of a cultural manager

The characteristic of the information content of open access internet resources used for information support of the professional activities of the cultural manager is presented.

Keywords: cultural manager, open access internet resources, information support for professional activities.

Информационное обеспечение профессиональной деятельности культуролога-менеджера – субъекта организационно-управленческой, информационно-аналитической, творческо-производственной, инновационной деятельности по производству, распределению, сохранению и организации процесса потребления продуктов и услуг социально-культурного и информационного назначения, направленных на удовлетворение рекреационных, информационно-познавательных и культурно-творческих потребностей населения – рассматривается сегодня как один из компонентов

профессионализации специалистов в рамках инновационного развития отрасли культуры. Культуролог-менеджер как непосредственный руководитель учреждения культуры является объектом системы информационно-библиографического обеспечения и активным потребителем информационных продуктов и услуг, генерируемых ведущими информационными центрами страны/региона (например, библиографические, фактографические, полнотекстовые базы данных национальных библиотек, информационных центров по культуре и искусству). Являясь непосредственным участником профессиональных коммуникаций, культуролог-менеджер выступает в роли потребителя информационных продуктов, создаваемых профессиональным сообществом, в рамках координации их деятельности по обмену опытом и решению узкопрофильных задач (сайты профессиональных сообществ, корпоративные базы данных). Выступая непосредственным руководителем/инициатором управленческих процессов, культуролог-менеджер фиксирует результаты деятельности и представляет их профессиональному сообществу в формализованном виде (статья, интервью, экспертное заключение). Любая информация, поступающая культурологу-менеджеру, оценивается с позиции возможности ее использования в рамках управленческой, производственной и маркетинговой деятельности учреждения как в текущий период времени, так и в перспективе. По мнению Т.И. Лаптевой, цель информации, используемой в организационно-управленческой деятельности, «не только и не столько познание культуры <...>, сколько прямое или косвенное развитие культуры как системы в виде мотивов организационно-управленческих решений в сфере культуры; ценностных ориентаций культурной деятельности; различных аспектов смысловой интерпретации тех или иных социокультурных явлений» [5].

Источниками информации для культуролога-менеджера являются: научные (монографии, диссертации, авторефераты диссертаций, отчеты о научно-исследовательской работе, депонированные рукописи, статьи в научных журналах и сборниках научных работ, материалы конференций); производственно-практические (руководства и пособия, статьи научно-практического характера); нормативные производственно-практические (стандарты, рекомендации, инструкции, патентные документы); официальные (законы, указы, постановления, нормативные акты, общегосударственные программы, уставы, положения) издания, представленные в фондах библиотек, архивах, так и в электронных библиотеках, электронно-библиотечных системах, на web-сайтах профильных организаций и в социальных сетях. Важным источником для управленческой деятельности является и информация, генерируемая структурными подразделениями самого учреждения культуры – планы, отчеты, методические рекомендации, аналитические данные. Информация, получаемая в рамках анализа внешней среды (из открытых источников) в сочетании с внутренней рассматривается как стратегический ресурс и, по оценке В.В. Чижикова, преследуют две основные цели: «... принятия решений, направленных на выполнение по-

ставленных задач <...> и оказать влияние на деловое поведение сотрудников, направить их усилия на достижение целей учреждения и в разумных пропорциях сочетать личные интересы и интересы организации. Таким образом, в первом случае на передний план выступают знания, во втором – мотивация» [7, с. 52]. Необходимо отметить влияние информации на формирование мотивов профессиональной деятельности культуролога-менеджера (получение новой информации формирует и стратегию профессиональной деятельности): мотив достижения – стремление всеми доступными средствами добиться желаемого результата (специалист обладает данными позволяющими ему выработать план действий с учетом всевозможных рисков и возможностей); мотив избегания неудач – стремление в любой ситуации действовать так, чтобы избежать неудач (наличие информации о проведенных мероприятиях с описанием причин неудач или побед); мотив власти – стремление реализовать свою волю (обладание информацией позволяет совершать само действие без страха наказания).

Особенностью информационного обеспечения профессиональной деятельности культуролога-менеджера является то, что ему необходима информация как по вопросам управления (менеджмент как теория, практика, искусство управления); кадрового, нормативно-правового, методического обеспечения управленческой деятельности; маркетинговой системы управления; рекламной коммуникации, так и в области культуры (динамика развития культуры как объекта управления), социологии (потребности общества), политики (международные культурные связи), что порою затрудняет процесс работы информационных центров по удовлетворению его информационных запросов. Таким образом, на первое место выходит осознание самим специалистом способов удовлетворения своих информационных потребностей ресурсами, представленными в информационно-документном пространстве региона.

Профессиональные информационные потребности коррелируют с функциями, которые определяют профессиональное поведение культуролога-менеджера и, соответственно, проблемное поле самой отрасли. Получение актуальной, достоверной и полной информации позволяет культурологу-менеджеру выполнять на высоком профессиональном уровне следующие функции:

- планировать, организовывать и координировать деятельность всех звеньев управления путем принятия управленческих решений, направленных на получение конкретного результата;
- мотивировать сотрудников; оценивать использование соответствующих побудительных мотивов и выявлять их приоритетность по отношению к сотрудникам;
- решать задачи административно-организационного и оперативного управления, влияющие на достижение поставленной цели;
- осуществлять контроль выполнения принятых управленческих решений в процессе функционирования учреждения, собирать и систематизировать

зировать информацию о его фактическом состоянии и результатах деятельности;

- выявлять и анализировать причины отклонений от намеченных планов с учетом внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на достижение поставленных целей;

- применять метод проектного менеджмента и инновационный подход в процессе управления;

- внедрять современные технологии кадрового менеджмента, способствующие раскрытию потенциала сотрудников [6].

Основными задачами, решаемыми культурологом-менеджером при выполнении своих функций и являющимися объектами информационной потребности, становятся:

- формирование организационных структур управления, соответствующих специфике деятельности учреждения культуры;

- установление взаимоотношений между структурными подразделениями учреждения культуры с целью определения порядка и условий его деятельности по производству культурных продуктов и услуг;

- выявление кадрового потенциала учреждения культуры;

- внедрение технологий стимулирования организационно-управленческой, творческо-производительной, предпринимательской деятельности коллектива;

- фиксирование с помощью информационных технологий ресурсного потенциала учреждения культуры;

- обеспечение конкурентоспособности учреждения культуры за счет продвижения культурных продуктов и услуг на рынок потребителя;

- разработка и проведение исследований, направленных на выявление культурных потребностей населения зоны обслуживания и в соответствии с полученными результатами разработка программы по их удовлетворению;

- осуществление взаимодействия с другими учреждениями в процессе реализации социокультурных проектов;

- прогнозировать реализацию культурных благ и услуг посредством изучения потребительского поведения реальных и потенциальных покупателей, оценивать их платежеспособность;

- использование технологий социально-культурной деятельности в процессе осуществления художественно-творческой, воспитательной, организационно-методической деятельности учреждения культуры;

- изучение инновационного опыта, реализуемого в зарубежных моделях социокультурного развития общества, осуществление его внедрения в деятельность своего учреждения культуры с учетом специфики деятельности [6].

Для реализации своих профессиональных функций и соответствующих им задач необходим непрерывный доступ к информации, всесторонне отражающей современное состояние профессиональной сферы деятельности культуролога-менеджера. К сожалению, многие виды изданий не

способны оперативно предоставлять такую информацию (долгое время подготовки самого издания и согласование выпуска его из печати); формализация текста порою не дает возможность изучить проблемы «между строк», так как сам текст проходит редакторскую обработку; остается проблема территориального распространения и стоимости издания. В связи с этим для культуролога-менеджера интерес представляют интернет-ресурсы открытого доступа, информационный контент которых полностью отражает профессиональные интенции руководителей учреждений культуры, инновационные формы работы по всем направлениям, а также опыт осуществления управленческих, коммуникационных, маркетинговых программ развития как самого учреждения культуры, так и отдельных его подразделений. Необходимо отметить, что культуролог-менеджер самостоятельно оценивает количественные и качественные характеристики представленного материала.

Среди интернет-ресурсов открытого доступа, отражающих практико-ориентированный подход к деятельности культуролога-менеджера как руководителя учреждения культуры, а также как инициатора культурных процессов, можно выделить следующие:

- Сайт «*Ассоциация менеджеров культуры*» [1], который основан в 2002 году как профессиональное сообщество, объединяющее менеджеров, консультантов и экспертов в сфере событийного маркетинга и брендинга территорий, музейного проектирования и информационных технологий, развития территории средствами культуры и работы с местным сообществом, фандрайзинга и продюсирования проектов. Проекты Ассоциации содействуют формированию и поддержке сообщества, профессиональной среды, обмену опытом между ее членами, известности в профессиональном сообществе. Проекты могут быть инициированы как исполнительной дирекцией Ассоциации, так и его членами, партнерами и экспертами.

Пользователям сайта доступны: информация о проектах, реализуемых под эгидой Ассоциации; публикации (например, статьи «Грантовые программы благотворительных фондов в сфере культуры» и издания «Кейс-стадии “Центры социокультурного развития территории: модели, практики, технологии работы”»). В разделе «Сотрудничество» представлен опыт сотрудничества с государственными и бизнес структурами по реализации совместных проектов.

Интерес для культурологов-менеджеров представляют уже реализованные проекты:

- «*БРЕСТ 2019: концепция развития Брестской крепости и прилегающих территорий*». Цели проекта: объединить все ресурсы и инициативы территории с целью максимально эффективной интеграции в проект; стимулировать местное культурное и деловое сообщество региона к созданию новых, актуальных проектных идей в области туризма; создать эффективную и самовоспроизводящуюся культурно-туристическую индустрию, ориентированную на развитие территории и решение серьез-

ных социокультурных задач. В рамках реализации проекта Ассоциацией была разработана концепция развития территории Брестской крепости (зонирование, инфраструктура, новые объекты туризма, маркетинговая программа, график реализации и бюджет) и проект реконструкции исторического квартала города Бреста [1].

- *«Управление наследием: независимый сектор»*. Цель – выявить роль частного и общественного сектора (негосударственных субъектов) в сохранении и актуализации локального культурного наследия, а также в формировании и развитии культурной инфраструктуры и продвижении культурных инноваций на конкретных территориях. В рамках проекта в 2019 году были реализованы: Фестиваль путешествий «Музейный ретрит. Ярославское издание»; Международный форум «Культура в действии», Международная музейная лаборатория «Музей на карте региона: как стать точкой притяжения?» [1].

- *«Культурная мозаика малых городов и сел»* – конкурс социокультурных проектов Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко, направленный на повышение активности местных сообществ в городах до 50 тысяч жителей и сельских поселениях через поддержку социокультурных проектов, направленных на развитие территории, поддержку и развитие малых городов и сел. Ассоциация менеджеров культуры – оператор конкурса с момента старта проекта в 2014 году [1].

Ассоциация менеджеров культуры имеет свое представительство в социальной сети «Facebook»: www.facebook.com/amcult/?ref=br_rs.

- Портал *«Культура. Гранты России»* [3] – общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусств. Содержит сведения о федеральных, региональных, муниципальных и частных грантах для поддержки творческих проектов в области культуры и искусства.

Технические возможности сайта позволяют осуществлять регистрацию грантодателей и грантополучателей; размещать в публичном доступе сведения о грантах; осуществлять поиск информации по различным запросам (поиск по направлениям); оказывать методическую поддержку грантополучателям; проводить аналитику системы грантовой поддержки. Для поиска грантов можно использовать простой (по ключевому слову или словосочетанию) и расширенный (по категориям «Тип конкурса», «Направление», «Период приема заявок», «Наименование грантодателя» и т.д.) поиск. Информация о гранте размещена на отдельной странице и содержит информацию о направлении гранта, категории соискателей, финансовом источнике, общей сумме. Специалисты отмечают удобный поиск, интуитивно понятную структуру, систему фильтрации по многим параметрам, единую базу данных о грантодателях различных уровней, что характеризует портал как уникальный источник информации для грантополучателей в сфере культуры и искусства.

- Сайт *«Культура и Креативность»* [2] был создан в 2015 году в рамках программы Европейского Союза для поддержания вклада культу-

ры в социально-экономическое развитие шести стран Восточного партнерства: Армении, Азербайджана, Беларуси, Грузии, Молдовы и Украины. На сегодняшний день сайт функционирует при поддержке Британского Совета.

Следует отметить следующие разделы сайта:

- «О культуре и креативности» – краткая характеристика о целях и задачах сайта как профессионального информационного ресурса;

- «Ассоциация» – представлены материалы о деятельности ассоциации «Культура и креативность», миссия которой заключается в «развитии и популяризации профессии менеджера культуры, формировании нового поколения профессионалов в сфере культурных индустрий. Мы выстраиваем международное сообщество, которое объединит проактивных игроков в сфере культурных индустрий для их интеграции в европейский культурный процесс» [2];

- «Культура имеет значение» – информация о программах и проектах (полные тексты), иллюстрирующих вклад культуры в развитие как отдельно взятого региона, так и всего мира в целом;

- «Креативная экономика» – представлены отдельные статьи о вкладе культуры в развитие мировой экономики через инициацию местных обществ;

- «Креативная Европа» – информация о программе Европейского Союза, направленной на поддержку культурного, креативного и аудиовизуального секторов: «С 2014 по 2020 годы на поддержку европейских проектов, предоставляющих возможность путешествовать, охватывать новые аудитории, обмениваться практическими навыками и совершенствоваться, планируется выделить 1,46 миллиарда евро» [2];

- «Инструменты» – представлены статьи об использовании различных ресурсов в области креативной экономики;

- «Онлайн-обучение» – лекционные курсы от известных специалистов в области арт-менеджмента, позволяющие овладеть знаниями в области социокультурных технологий;

- «Возможности» – данные о конкурсах, грантах, мероприятиях в области культуры и искусства.

Сайт «Культура и креативность» имеет свое представительство в социальной сети «Facebook»: www.facebook.com/culturepartnership.

Электронная система «Культура» [4] – систематизированная база экспертных рекомендаций, которая дает ответы на конкретные вопросы, возникающие в работе руководителя. Удобные инструменты облегчают поиск ответа на вопрос, материалы ежедневно обновляются, а информационная рассылка об обновлениях помогает быть в курсе последних изменений.

Главная ценность Системы заключается в кратких и четких рекомендациях ведущих экспертов отрасли и представителей органов власти. Материалы снабжены ссылками на нормативные документы, которые можно посмотреть тут же, во встроенной правовой базе.

В электронной системе «Культура» представлены: проводники по темам (подборки экспертных рекомендаций, позволяющие быстро разобраться в особенностях сложных вопросов); видеосеминары (видеозаписи семинаров ведущих экспертов на актуальные темы); пошаговые инструкции (алгоритмы действий по решению важных управленческих задач); разъяснения и консультации экспертов (авторские рекомендации и индивидуальные консультации по рабочим вопросам); шаблоны документов (формы и образцы локальных документов учреждения культуры); нормативные документы (законы, приказы регламентирующие деятельность учреждения культуры). Использование информационного контента Системы «Культура» возможно только на условиях получения доступа через платную подписку, но для ознакомления с ее информационным контентом можно получить демодоступ на три дня бесплатно.

Таким образом, использование информационного контента интернет-ресурсов открытого доступа позволяет культурологу-менеджеру, руководителю учреждения культуры, оперативно получать актуальную, достоверную и объективную информацию, уже оцененную профессиональным сообществом в режиме online, в соответствии с выполняемыми им профессиональными функциями и решаемыми задачами.

Библиографический список

1. Ассоциация менеджеров культуры [Электронный ресурс]: [сайт] [2004]. URL: <http://amcult.ru> (дата обращения: 27.01.2020).
2. Культура и Креативность [Электронный ресурс]: [сайт] [2015]. URL: <https://www.culturepartnership.eu> (дата обращения: 27.01.2020).
3. Культура. Гранты России [Электронный ресурс]: [сайт] [2019]. URL: <https://grants.culture.ru> (дата обращения: 27.01.2020).
4. Культура: электронная система [Электронный ресурс]: [сайт] [2001]. URL: <https://vip.1cult.ru> (дата обращения: 27.01.2020).
5. Лаптева Т.И. Научная информация о культуре и для культуры [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/RSKD/files_colleg/r_nov/adokl_1.htm (дата обращения: 27.01.2020).
6. Переподготовка руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование. Специальность: 1-26 02 72 Менеджмент социокультурной сферы. Квалификация: Менеджер в социокультурной сфере : ОСРБ 1-26 02 72-2016 [Электронный ресурс] / разработ. Белорус. гос. ун-т культуры и искусств»; авт.: Е.А. Макарова, С.А. Пациенко, О.А. Барма. Введ. 2016–08–10. Минск: Министерство образования Республики Беларусь, 2016. URL: http://nihe.bsu.by/images/cnpo/Standart_1-26_02_72.pdf (дата обращения: 27.01.2020).
7. Чижиков В.В. Информация как инструмент технологии управления // Вестник Московского гос. ун-та культуры и искусств. 2013. № 2. С. 51–57.