

Каралёў М.М.,
дацэнт

КУЛЬТУРНАЯ ПАЛІТЫКА І МЕНЕДЖМЭНТ КУЛЬТУРЫ ВА ЁМОВАХ РЫНКУ

Культурная палітыка, арганізацыі (культурныя ведамствы, установы, якія рыхтуюць і паказваюць "тавар" культуры), мастакі і гледачы — гэта тая сфера, якая называецца менеджмэнтам культуры. У гэтай сферы кожны ўдзельнік мае сваю запікаўленасць ва ўласным канструяванні поспеху і верыць у яго. Перш за ўсё поспех залежыць ад гледача. Ён вырашае, якім павінна быць тое, што прапануе яму культура. Значыць, творчая прастора культурнай палітыкі ў значнай ступені вызначасца тым, што да спадобы спажыўцу. У такой сітуацыі культурная палітыка дзяржавы можа толькі наспрабаваць захаваць пэўную самастойнасць. Думкі аб тым, быццам культурная палітыка можа прышпініць, скарэціраваць ці запавольніць дынаміку камерцыйнага культурнага рынку — гэта вдавочная завышаная адэнка яе магчымасцей. Яна павінна канкуруйраваць з камерцыйнымі вытворцамі культурнай прадукцыі; пры гэтым не можа зусім нейтралізаваць логіку гэтага рынку, апанентам якога яна, уласна кажучы, хачепа б быць.

Хача дзяржаўная культурная палітыка і фінансуе вытворчасць прадукцыі, рэалізаваць якую практычна немагчыма ва ўмовах сучаснага эканамічнага становішча, але яна гэтым не скасоўвае сацыяльныя спосабы карыстання дамінуючай камерцыйнай культурай. Свабода выбару рэцыпіента і індывідуальны менеджмэнт, якія вызначаюць спажыванне культуры, пашыраюцца і на дзяржаўны сектар культуры.

Такім чынам, культура, якую фінансуе дзяржава, застаецца дадаткам да рынку, а не супрацьлеглым полюсам, які мог бы скасаваць выпрацаваную там форму рэцэпцыі і спажывання.

У гэтай сувязі прадметам дыскусіі становіцца фінансаванне (субсідзіраванне)

культуры з боку дзяржаўна-прававых арганізацый. Дзяржаўныя ўстановы культуры жывуць, як гаспадарчыя і мастацкія арганізацыі, ў пастаянным мэтавым канфлікце паміж мастацтвам і грашыма. Так, напрыклад, тэатр як спэна мастацтва і вытворчая майстроўня для мастацтва — гэта гаспадарчыя прадпрыемствы, прадукцыяй якіх з'яўляецца мастацтва. Мэтавы канфлікт адносіцца да перасячэння дзвюх сістэм вартасцей, сістэмы эканамічнай і сістэмы мастацкай (гэта значыць неэканамічнай) ацэнкі. У выніку далучэння да грацовай і таварнай плыні (дзяржаўныя) культурныя інстытуты таксама падпарадкоўваюцца фармальнаму гаспадарчаму прынцыпу ашчаднага выкарыстання сродкаў (прынцып максімуму/мінімуму). У адрозненне ад прадпрыемстваў з чыста рынкавай арыентацыяй для культурных інстытутаў (беспрыбытковых прадпрыемстваў) першаснай мэтай з'яўляецца мастацкі поспех, мастацкае дасягненне. Яны імкнуцца і да гаспадарчага поспеху. Але гэтыя дзве мэты ў аспекце поспеху не заўсёды супадаюць. Раўнавагу паміж імі асабліва цяжка забяспечыць цяпер, у час фінансавага крызісу.

Так, напрыклад, патрабаванне эканамічнасці, рэнтабельнасці, з якім установы культуры сутыкаюцца ўсё часцей, здаецца на першы погляд зусім зразумелым. Канкрэтызаваць змест эканамічнасці -- значыць вырашыць пытанне аб тым, якімі каштоўнымі падыходамі павінны вызначацца паказчыкі ўкладзенага і атрыманага, як яны павінны выкарыстоўвацца ў якасці асновы. Але гэта аказваецца складаным, тым больш, што прадметам дыскусіі з'яўляецца мэтаўстаноўка працэсу дзейнасці, якому трэба даць ацэнку. Бясспрэчна, што там, дзе праблемы прыватных прадпрыемстваў і дзяржаўных арганізацый прыкладна аднолькавыя, павінны прымяняцца і аднолькавыя інструменты кіравання, метады і структуры.

Недапушчальным такі падыход аказваецца тады, калі праблемы дзяржаўных прадпрыемстваў культуры — у адрыве ад іх практычнай рэлевантнасці — вызначаюцца і

структуруюцца такім чынам, што можна рэкамендаваць да прымянення наяўных метады, інструменты, структуры і ўзоры кваліфікацыі з прыватнаўласніцкага сектара прадпрымальніцкай дзейнасці.

Менеджмент культуры з'яўляецца, з аднаго боку, своеасаблівым хірургічным інструментам, пры дапамозе якога можна знішчаць культурнас «пустазелле», з другога ж боку, існуе небяспека, прычым менавіта ў культурнай палітыцы, што ён можа ператварыць фіскальны разлік у палітычны скальпель. Неабходна дыскусія аб якасці таго, што павінна карыстацца дзяржаўнай падтрымкай у грамадстве, якое ад штуршкоў мадэрнізму перажывае моцныя ўзрушэнні ў эканамічнай, палітычнай і культурнай сферах. Культурная палітыка 90-х гадоў павінна стаць у першую чаргу не размеркавальнай, а стваральнай палітыкай, якая арыентуецца не толькі на сітуацыю культурнага попыту, а спрабуе найперш развіваць прастору культурнага жыцця і нясе адказнасць за забеспячэнне ўрбаністычнай прасторы культурай з адкрытацю для ўнутранай дынамікі культурнага развіцця.

Умовамі для гэтага з'яўляюцца абгрунтаванне адпаведных культурна-палітычных рашэнняў у значна большым аб'ёме, чым раней, і адпаведны дэмакратычны дыкурс, а таксама максімальна эфектыўнае выкарыстанне ўсіх рэсурсаў. Менеджмент культуры атрымае, з аднаго боку, эканамічныя інструменты кіравання ў выглядзе кантролінгу і маркетынгу, якія забяспечваюць гарантаванае выкарыстанне абмежаваных рэсурсаў. З другога боку, менеджмент культуры як менеджмент муніцыпальных прадпрыемстваў стварае рамкі для ўпраўлення культурай, якое ажыццяўляецца на прынцыпах сучаснага менеджменту.

Для культурнай палітыкі з яе прэтэнзіяй на захаванне эстэтычнага існавання сфера дзейнасці ўяўляецца ўсё больш абмежаванай; прадстаўнікі менеджменту культуры павінны задумацца над тым, што падпарадкаванне грамадска-палітычнай рацыянальнасці эканамічнай у рэшце рэшт паскорыць

канвергенцыю культурна-палітычнага анклаву і камерцыйнага рынку культуры да такой ступені, што іх немагчыма будзе адрозніць. Таму адной з важных задач культурнай палітыкі і менеджменту культуры павінны будаць стаць роздум аб магчымых стратах і стратэгічных дзеянні або, як патрабаваў яшчэ ў сярэдзіне 80-х гадоў Аляксандр Клуге, актыўная абарона «месцаў класічнай грамадскасці ў часе», у тым ліку кіно, кніжнага гандлю, канцэртных залаў, оперы.

Менавіта ў такім сэнсе вядзецца зараз у Еўропе дыскусія пра будучую культурную палітыку. У якасці рэзюмэ гэтай спрэчкі мэтазгодна разглядаць наступную думку: спадзяванні, выкліканыя ростам палітычнага самавызначэння і змяненнем грамадства, якія сталі вельмі напружанымі ў выніку канцэпцыі «культуры для ўсіх», не апраўдаліся. А культурная палітыка павінна, наадварот, садзейнічаць таму, каб «перадаваць» вартасці, вобразы і традыцыі ўласнай гісторыі культуры іншым. Валоданне ўласнай культурай дазваляе спакойна займацца чужымі культурамі. Грамадскі клімат вызначаецца ў прынцыпе культурнай адукацыяй людзей, чыё эстэтычнае ўспрыманне і здольнасць да вывадаў развіваюцца ў той меры, у якой яны авалодваюць мастацкімі творамі і мастацкімі вартасцямі.

Трэба адмовіцца ад ўсякай інструменталізацыі мастацтва і культуры. Трэба разглядаць падтрымку іх як самамэту, не ідэнтычную непасрэднаму або апасродкаванаму ўплыву мастацтва і культуры на змяненне грамадства. Па тым, як грамадства абыходзіцца з сучасным мастацтвам, відаць, наколькі адкрыта гэтае грамадства для новага, для чужога, для абыходжання з меншасцямі. Таму гэтай падтрымкі мастацтва з'яўляецца клопат і пра такія падыходы, якія не без цяжкасцей падхоплівае індустрыя культуры. У якасці задачы культурнай палітыкі 90-х гадоў трэба разглядаць і падтрымку дыялога культур, разгляд творчых пытанняў розных культурных колаў.

У ходзе нарастаючай індустрыялізацыі, тэхнізацыі і ахопу ўсіх грамадскіх працэсаў

(бачнымі і нябачнымі) электроннымі сеткамі культурная палітыка, муніцыпальная дзейнасць у галіне культуры і менеджмент культуры павінны ўлічваць як новыя формы культуры, так і сувязі культурных працэсаў у міжнародным маштабе. Наступствам гэтай сітуацыі напружання з'яўляецца нарастанне комплекснасці культурных працэсаў. Можна не сумнявацца, што спажываць культурную прадукцыю будзе цяжэй. Чым больш дыферэнцыраванасці і перапляцення яна адлюстроўвае, тым выразней паўстаюць праблемы перадачы культуры. Гэтыя праблемы трэба ўключыць у канон мэт сучаснага транскультурнага менеджменту культуры. Перадача культуры, у тым ліку і менавіта талды, калі яна мае справу з авангарднымі працэсамі, неабходна для таго, каб у сучасным грамадстве па-ранейшаму было дастаткова разнастайных тэм, а паўтарэнне не стала прынцыпам культурных працэсаў.

У заключэнне хацелася б яшчэ раз засяродзіць увагу на канцэпцыі транскультурнасці. Яна накіравана на тонка структураванае разуменне культуры. Трэба спалучаць паміж сабой не толькі дыферэнцыраваныя складаючыя ўласнай культуры, але і транскультурныя кампаненты, больш таго, ўлічваць іх у першую чаргу. Вострая актуальнасць такой канцэпцыі ў культурна-палітычным сэнсе відавочная. Яна садзейнічае паляпшэнню разумення і ўзаемадзеяння ў культурнай палітыцы і менеджменту культуры.

Бураўкін А.Г.,
дацэнт

ІНФАРМАЦЫЙНЫЯ СІСТЭМЫ Ў КУЛЬТУРЫ І АДУКАЦЫЯ

Разгортванне сістэмы інфармацыйнай падтрымкі культуры і мастацтва Беларусі (дзяржаўныя праграмы «Інфарматызацыя» і «Культура», у апошняй раздзел «Распрацоўка інфармацыйнай інфраструктуры галіны культуры») патрабуе не толькі адекватнага

навукова-тэхнічнага суправаджэння, але і падрыхтоўкі ўмоў для перспектыўнага ўкаранення адпаведных арганізацыйных, інфармацыйных, праграмных і тэхнічных сродкаў. Рэакцыяй сістэмы адукацыі на гэтую праблемную сітуацыю з'яўляецца стварэнне навучальнай адзінкі, мэта якой -- падрыхтоўка (вытворчасць) спецыялістаў па інфармацыйных сістэмах у культуры.

Спецыяліст, прызначаны для падтрымкі стварэння інфармацыйных сістэм у культуры (менеджэр інфармацыйнай службы), можа працаваць ва ўстановах улады, культуры, навукі, асветы, вытворчасці, якія маюць або ствараюць падраздзяленні, адказныя за атрыманне, апрацоўку, захаванне і перадачу (распаўсюджанне) інфармацыі культуры і мастацтва.

Культуролаг-менеджэр інфармацыйнай службы абавязаны валодаць ведамі гуманітарных і дакладных навук, культуралогіяй і інфармацыйнымі тэхналогіямі, ведамі па арганізацыі і кіраванні інфармацыйнымі службамі.

Культуролаг-менеджэр інфармацыйнай службы павінен ажыццяўляць наступныя віды дзейнасці ва ўстановах культуры:

- арганізацыйную (стварэнне і кіраванне інфармацыйнай службай (падраздзяленнем));

- навуковую (правядзенне навуковых доследаў з мэтай распрацоўкі інфармацыйных сістэм, метадычнае забеспячэнне ўкаранення сродкаў сістэмнай і камп'ютэрнай падтрымкі дзейнасці свайго і сумежных падраздзяленняў, збор і сістэмны аналіз інфармацыі, звязанай з дзейнасцю ўстановы, і г.д.);

- вытворчую (падбор і эфектыўнае выкарыстанне капіравальных і аўдыё-візуальных тэхнічных сродкаў, камп'ютэрнай тэхнікі, сістэмнага, прыкладнага, спецыялізаванага праграмнага забеспячэння, навучанне персаналу).

Культуролаг-менеджэр інфармацыйнай службы павінен валодаць ведамі наступных галін:

- мастацкая культура;
- заканадаўства Беларусі;
- эканоміка;