
РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО СЕКТОРА КУЛЬТУРЫ: СПЕЦИФИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

М.И. Веренич

Институт философии Национальной академии наук Беларуси,

Ул. Сурганова, д. 1, корп. 2, 220072, Минск, Беларусь

lad05@yandex.ru

Анализируются основные ресурсы, обеспечивающие деятельность отрасли культуры. Раскрывается содержание понятия «ресурс», рассматриваются основные функции ресурсов, рассматриваются основные функции и содержание материально-технического и финансового ресурсов в сфере культуры.

***Ключевые слова:** ресурс; культура; сфера культуры, креативность; государственная программа «Культура Беларуси».*

Распространенные тенденции виртуализации и коммерциализации продуктов и артефактов культуры и новые взгляды на роль креативного фактора, актуализируют попытки выявления связи между творчеством и экономикой, выяснения того, как их симбиоз способен повлиять на формирование ценностей и на духовность населения. Это делает весьма актуальной проблематику ресурсо-обеспеченности отрасли, понимания потребности в ресурсах.

Российский культуролог А. Я. Флиер, анализируя феномен культуры и ее потребления рассуждает о ее символическом наполнении, определяя культуру как «программу сознания и поведения людей, которая обеспечивает коллективный характер их жизнедеятельности, и всю совокупность социально значимых результатов (продуктов) их деятельности, достигнутых (произведенных) при осуществлении этой программы». Сама потребность человека в культуре формируется и реализуется через: интерес, информированность, понимание, доверие [1, с. 70].

Таким образом культура через язык символов и условных знаков (культурные артефакты, предметы искусства, тексты, мелодии и т.д.), выступает в двух важных ипостасях: средством восприятия и понимания объектов окружающего мира, наделения их смыслами, важными для конкретной личности и одновременно, средством опредмечивания мира

человека в процессе реализации идей и смыслов, заложенных в многообразии писанных и неписанных «культурных табу», нравах, обычаях, традициях в социальной практике жизнедеятельности людей.

Уровень, количество и несомненно качество потребления культурного продукта в конечном итоге влияет на качество самого социума, так как культура это результат деятельности, взаимодействия отдельных личностей, сообществ, страт, направленное на создание, производство, распространение и распределение культурной деятельности и культурных товаров и услуг, а также на доступ к ним.

Необходимо изучать не просто объем, количество потребляемых продуктов и товаров сферы культуры (количество посетителей музеев, театров, концертов, библиотек и т. д.), но и само поведение потребителя в различных ситуациях, готовность посещать, потреблять и заказывать вновь те или иные «культурные» услуги, «качество» самого культурного продукта, отвечающего ожиданиям либо интересам «потребителей». «Культурный продукт» (выраженный в виде «туристического продукта» (туристический маршрут, экскурсия), «музейного продукта» (экспонат, экспозиция, стенд и т.д.), «театрального продукта» (постановка, спектакль, перформанс и др.)) – это результат деятельности субъектов и объектов социально-культурной деятельности (человека или организации, фирмы, индивидуального предпринимателя и т.д.), имеющий конкретное стоимостное выражение и обладающего определенными свойствами (как материальными (осязаемыми), так и нематериальными (неосязаемыми)), направленный на удовлетворение потребностей.

Сам вопрос изучения потребностей человека в сфере культуры достаточно сложен. Так как потребность является формой проявления внутренней природы высокоорганизованной психики, в пирамиде потребностей Маслоу культурные потребности занимают главенствующую позицию. Но потребности чаще всего предстают в виде эмоционально окрашенных желаний, стремлений, а их реализация – в виде оценочных эмоций, полученного «блага». То есть, одновременно человек должен «голосовать и умом и сердцем и «рублем» и оплачивать эмоцию предварительно. Если витальные, естественные потребности связаны с необходимостью сохранения и поддержания жизни человека, продолжения его рода, и они практически одинаковы для всех, то культурные отражают уровень образования, социальный статус, уровень культуры самой личности. Общественные изменения непосредственно влияют на качество и

характер потребления культурного продукта, формируют социальный и культурный капитал личности.

Чаще всего это реализуемо посредством имеющихся ресурсов. Во французском языке слово "ресурс"(ressource) означает вспомогательное средство, какой-либо источник. Ресурсами культуры выступают средства, технологии и возможности, которые используются для создания культурных ценностей, продуктов и благ с целью удовлетворения потребностей определенных групп граждан.

Авторы (М.А.Ариарский, В.В. Чижиков, А.И.Степанцов и др.) подразделяют ресурсы культуры на ресурсы творческого производства и ресурсы духовного восприятия. К ресурсам духовного восприятия относят: свободное время; уровень образования и культуры индивида либо социума; доходы населения и уровень цен в конкретном локусе. **К ресурсам собственно творческого производства относят:** экономические ресурсы: трудовые; капитал (материальные, денежные и интеллектуальные средства); природные; предпринимательские способности индивидов. Также в контексте изучаемой проблематики выделяют следующие **ресурсы:** временные; творческие; информационные; правовые; специфику места, местности, страны, государства; ресурсы публичности.

Материальные ресурсы — основные и оборотные фонды. Основные фонды — часть имущества организаций, которая используется неоднократно или постоянно в неизменной натурально-вещественной форме, постепенно перенося свою стоимость на создаваемые продукты. Оборотные фонды — часть имущества организаций, целиком потребляемая в одном производственном цикле и полностью переносящая стоимость на изготавливаемый продукт. В культуре отмечается преобладание пассивных элементов основных фондов (зданий, сооружений) и тенденция к росту активной части основных фондов. Материально-технический ресурс социально-культурной деятельности подразумевает совокупность предметов и оборудования, имеющих материальную природу и необходимых для производства, распространения и освоения культурного продукта, культурных благ и ценностей в соответствии с выдвинутыми целями и задачами.

В Беларуси культурная деятельность и ее материально-техническое обеспечение регламентируются нормативно-законодательными актами, и в первую очередь вступившим с 03.02.2017 г. в силу «Кодексом о культуре» и принимаемыми программами развития культуры (сейчас

имплементируется Государственная программа «Культура Беларуси» на 2021–2025 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 53 от 29 января 2021 года, ранее реализовывалась Государственная программа «Культура Беларуси» на 2016–2021 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 180 от 4 марта 2016 г.)

Согласно утвержденному бюджету, на реализацию Государственной программы потребуется 4 041 754 773,2 белорусских рублей (в 2016 году сумма составляла 3 107 500 874,3 рублей) [2].

Конкретные целевые показатели Государственной программы включают: процент отреставрированных и имеющих соответствующее функциональное использование памятников архитектуры, включенных в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь (30 %, в 2015 г. – 15 %); прирост количества посещений организаций культуры (увеличение на 5 % по отношению к уровню 2015 г.); доля внебюджетных средств в общем объеме финансирования государственных организаций культуры (26 % к 2020 г.); количество архивных документов, принятых на постоянное хранение в государственные архивные учреждения (не менее 80 тысяч единиц хранения в год); прирост количества мероприятий социально-культурной и экономической направленности, проводимых с участием представителей белорусов зарубежья (увеличение на 5 % по отношению к уровню 2015 г.) [2].

Следует учитывать, что в Республике Беларусь именно государство является важнейшим субъектом культурной деятельности, основным «спонсором» учреждений культуры, гарантом выполнения минимальных социальных стандартов. А цели программы, конечно, касаются поддержки в первую очередь государственного сектора культуры.

Как отмечено в отчете Министерства культуры Республики Беларусь, в процессе реализации Государственной программы «Культура Беларуси» на 2016–2020 годы достигнуты референтные объемы выделенного финансирования, что получило отражение в рисунке.

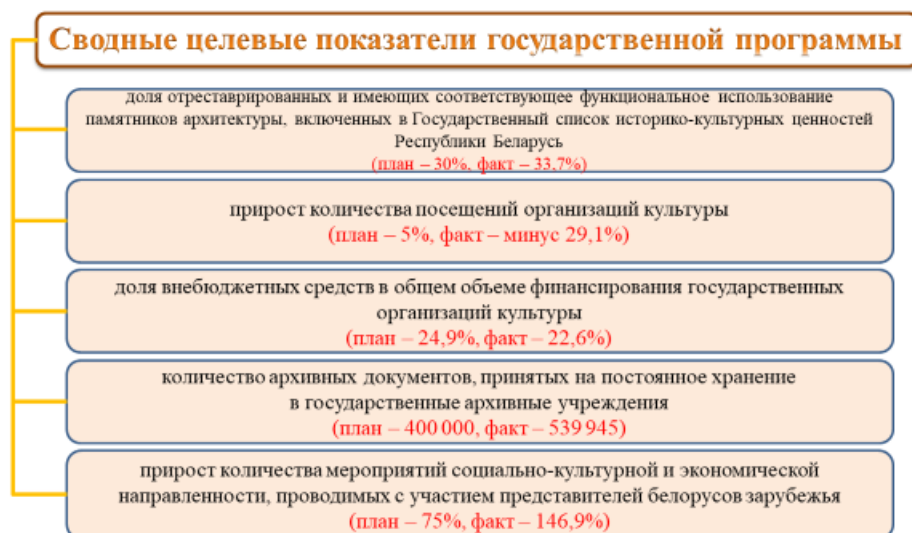


Рис. Сводные целевые показатели Государственной программы «Культура Беларуси» на 2016–2020 годы [2].

По данным Национального статистического комитета Республике Беларусь, на 1 января 2022 года в сфере культуры страны функционирует порядка 5,6 тыс. государственных организаций (с учетом обособленных структурных подразделений и филиалов): клубы (2593), публичные библиотеки (2509), музеи (160), театрално-зрелищные организации (52, в том числе 28 театров, 22 концертных организации, 2 цирка), парки (11), зоопарки (5), методические центры народного творчества [3].

Одновременно, анализ сведений Белстата указывает на снижение потребления некоторых видов услуг в сфере культуры: Так, в 2010 году в стране функционировало 3695 клубов в городской местности и 571 клуб в сельской местности, в 2021 году уже 2513 и 2016 соответственно, из 3849 публичных библиотек в городской местности и 696 в сельской местности, в 2021 году функционировало 2432 и 1878 соответственно. Это связано как с объективными обстоятельствами, так и субъективными, что призывает изучать каждый отдельный случай и давать соответствующую оценку.

С точки зрения диагностики развития отрасли культуры, следует отметить, что расчёт показателей и анализ их фактической реализации весьма актуален. В Беларуси проводится сбор статистических данных реализации и потребления культурных услуг населением страны, систематического же сбора данных по выявлению потребностей населения в виде своеобразного культурного барометра, определяющего ожидания, запросы и мнения граждан разного возраста и позволяющий планировать

фактическое ресурсо-обеспечение еще в процессе становления, так как на перманентной основе не проводится.

Библиографические ссылки

1. Флиер А.Я. Культура культуры // Мир культуры и культурология. СПб.: Изд-во РХГА (Русской христианской гуманитарной академии), 2012. Вып. 2. С. 68–73.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 29 января 2021 г. № 53 О Государственной программе «Культура Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] URL: // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100053> – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. (дата обращения: 10.10.2022).
3. КУЛЬТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (статистический бюллетень) [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. URL :<https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/f07/dt9lqdc7o5g2f0f3vtz2xxw2fk8uvezm.pdf> – (дата обращения: 12.10.2022).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ КАЧЕСТВА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТИ

О.Н. Гаврилик

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Ул. Ожешко, 22, 230023, Гродно, Беларусь
gavrilik.oksana@yandex.ru*

В статье раскрыта актуальность формирования предпринимательских компетенций у учащейся молодежи, представлен опыт Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Осуществлен сравнительный анализ мнения жителей страны и студентов как особой социальной группы, принявших участие в авторском социологическом исследовании. Сделаны выводы о готовности студентов к предпринимательской деятельности, некоторых аспектах их экономической культуры.

Ключевые слова: *предпринимательская деятельность; предпринимательские компетенции; студенты; экономическая культура.*