

Саракун Лариса Петрівна

СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ КУЛЬТУРОЮ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Сьогодні є очевидним той факт, що суспільство переходить на новий виток свого розвитку. Дослідники прогнозують наслідки технічного прогресу масштаби його впливу на соціально-економічну ситуацію. Все частіше для її характеристики авторами використовуються такі поняття, як «інформаційне суспільство», «суспільство знань», «суспільство мас-медіа» тощо. Кардинальні зміни відбуваються і в культурі. Інформатизація культури є однією із закономірностей сучасного соціокультурного процесу. Новітні інформаційні і телекомунікаційні технології, які широко використовуються в різних сферах життєдіяльності соціуму, відкривають нові горизонти культурного розвитку. Як зазначає В. Ю. Дукельський, «на наших очах формується своєрідна культура «єдиного вікна» або «споживацького інтерфейса», в рамках якої споживач хоче знайти в одному місці (універсальному закладі культури) театр і філармонію, музей і парк атракціонів, бібліотеку і дискотеку» [2]. Рух в напрямку «культурного супермаркету» відображає об'єктивні тенденції і характеристики інформаційного суспільства.

Однак відкритість кордонів для культурного впливу та дедалі зростаюче культурне спілкування можуть призвести, з одного боку, до обміну позитивним досвідом, збагачення національної культури, піднесення її на більш високий рівень розвитку, а з іншого - можуть її збіднити внаслідок уніфікації та стандартизації. Театральні, музейні, клубні технології вільно переміщуються в просторі культури та за її межами, прискорюють потік інформаційної свідомості сьогодення. Поява та використання нових

Інформаційних технологій в усіх сферах соціального життя, рівень виробництва та споживання суспільством інформаційної продукції та послуг свідчить про зміну способу життя, моделі поведінки людей, характеру та умов їх діяльності.

Одночасно виділяється і друга тенденція – зміна відношення власне до культури. На думку багатьох авторів, феномен сучасного суспільства полягає в тому, що культура з «економічного утримання перетворюється в ресурс» [3]. Тобто, формування та впровадження у свідомість індивіда і груп певних культурних установок сьогодні стає засобом для досягнення будь-якого предметного інтересу суб'єкта. Культура сучасної епохи виступає не сферою невиробничих затрат, а головною продуктивною силою, що забезпечує прибуткове виробництво. Виробництво, позбавлене культурної та інтелектуальної «начинки», зовсім неефективне. Стає очевидним, що ідеї, апробовані через культуру, сприймаються значно краще і легше [2]. Тому розгляд специфіки управління культурою в інформаційному суспільстві є актуальним і передбачає необхідність з'ясування ряд питань, зокрема: що таке інформація?; який зміст вкладається в поняття «інформаційне суспільство»? з позиції управління культурою.

В самому широкому контексті, інформація трактується як передача певного повідомлення між системами, що веде до зміни стану однієї з систем, як правило, тієї системи, що приймає повідомлення, особливість інформації є її двоїстий характер: вона існує в ідеальній формі і водночас проявляється в матеріальних об'єктах, знаках, однією з важливих рис інформації є її користь, цінність, ступінь цінності інформації визначається, виходячи з впливу, який вона здійснює на поведінку системи [7, 246].

В рамках системно-кібернетичного підходу інформація розглядається в

управлінському, а також в організаційному аспекті, який характеризує ступінь досконалості самої системи управління. Саме поняття інформації передбачає наявність трьох об'єктів: джерела інформації, споживача інформації та середовища, що передає інформацію. Носієм інформації є повідомлення як кодований еквівалент події, зафіксований джерелом інформації. Способами передачі повідомлення є канали зв'язку, за допомогою яких повідомлення може передаватися у формі сигналу - знака, фізичного процесу чи явища.

На перший план висувається змістовний аспект інформації, який дозволяє об'єднати поняття «знання» та «інформація» в інтегроване поняття «інформаційний ресурс». Зазначимо, що перехід суспільства в нову фазу свого розвитку - «інформаційне суспільство», пов'язується саме з розширенням використання інформаційного ресурсу. В свою чергу, інформаційні технології виникають як засіб розв'язання протиріччя між знаннями, що накопичуються і можливостями, масштабами і соціального використання. Інтенсифікація інформаційних процесів, всебічне використання інформаційного ресурсу підвищує стійкість і пристосованість до зовнішніх умов суспільних систем. Безпосереднім наслідком інтенсифікації інформаційних процесів є прискорення розвитку людського потенціалу, формування економічно і політично активних прошарків населення.

Таким чином, інформаційні ресурси, що формуються в суспільстві в зростаючому обсязі, і прискорені темпи їх споживання є основними ознаками інформаційного суспільства. Таке суспільство відрізняється від суспільства, в якому домінують традиційна промисловість і сфера послуг тим, що інформація, інформаційні послуги і всі галузі, пов'язані з їх виробництвом

(телекомунікаційна, комп'ютерна, телевізійна) зростають швидкими темпами і є джерелом нових робочих місць, стають домінуючими в економічному розвитку.

Формування інформаційного ресурсу, зокрема використання знання у сфері управління інформацією припадає на кінець XX - поч. XXI століття. В інформатизації суспільства відбуваються великі зрушення, спостерігається швидкий ріст нових незалежних консультативних і аналітичних фірм, що надають інформаційні послуги. Активно використовуються у сфері управління гуманітарні технології — методи і технології, які забезпечують ефективність цілеспрямованої дії на свідомість індивідів і груп. На сьогоднішній день вони представляють галузь знання, що використовується з метою штучного формування певного культурного середовища, за допомогою впровадження в життя соціуму конкретних культурних зразків. Відповідно, в професійній структурі сучасного суспільства виділяється група гуманітарних технологів - фахівців, зайнятих конструюванням певних культурних установок і їх трансляцією у свідомість соціуму і його окремих груп [9].

Помітний також прискорений розвиток комунікаційних технологій. Поява і активне використання нових засобів спілкування надзвичайно розширили сферу соціальних комунікацій. Так, в процесі трансляції інформації легко долаються територіальні межі, прискорюються темпи передачі і розповсюдження різних культурних установок.

Подібні тенденції відображаються і на процесах управління культурою. Певною мірою інтенсивний розвиток інформаційних, а також комунікаційних технологій і пов'язані з цим соціокультурні перетворення можна назвати «викликом» сучасній еліті, що управляє культурою. Та які ж якісні характеристики управлінців в галузі культури необхідні для адекватної

«відповіді» у світлі сьогоденішніх соціокультурних змін?

Можна сказати про те, що вони висуваються з елітних шарів соціуму і володіють такими характеристиками, як високий соціальний статус, позитивна громадська оцінка діяльності, самоідентифікація себе як еліти і цільова спрямованість діяльності. Дані характеристики відображують як їх об'єктивні, так і суб'єктивні риси. Формальна позиція і суспільна оцінка діяльності суб'єкта управління багато в чому обумовлені прийнятими цінностями в тому чи іншому суспільстві, групі, отже, мають об'єктивну підставу. Тоді як самовиділення себе як еліти, прийняття відповідальності за здійснювану діяльність і цільові установки вищезгаданого управлінця пов'язані з його особистісними особливостями (життєвими принципами, еталонами і т.п.), таким чином, відображують суб'єктивний фактор його діяльності. Об'єктивні і суб'єктивні характеристики суб'єкта управління культурою взаємопов'язані. Визнання, наприклад, лідерства зобов'язує до певної відповідальності, обумовлює цілеспрямованість суб'єкта управління. І навпаки - особистісні властивості, цільова орієнтація часто визначають його соціальний статус, впливають на суспільну оцінку діяльності. Зауважимо, що сукупність даних характеристик, взагалі, відображає вектор діяльності суб'єкта управління культурою, зумовлює ефективність здійснюваної ним цілеспрямованої дії на культуру.

Водночас очевидно, що критерії визначення високого соціального статусу, як і критерії суспільної оцінки діяльності управлінців в галузі культури були різними на тих чи інших етапах соціокультурного розвитку. У доіндустріальному (традиційному) суспільстві таким критерієм було, наприклад, божественне призначення правителя. Здійснювана ним діяльність була спрямована на трансформацію або збереження певного культурного

змісту, що нерідко пояснювалося волею надприродних сил. З розвитком науки, освіти, виробництва і інших сфер життєдіяльності соціуму вирішальне значення набувають інші властивості, що визначають формальну позицію індивіда в соціальній ієрархії і суспільну оцінку його діяльності. Це, наприклад, благородне походження і багатство, неординарні здібності і досягнення в будь-якій сфері діяльності та інше. На думку сучасних авторів, суспільство в своєму розвитку рухається від соціальної ієрархії, що базувалася на спадковій власності, до ієрархії, заснованої на власних досягненнях і заслугах [1, 65]. **Отже, можна констатувати, що із розвитком духовних і матеріальних складових культури соціуму змінюються і ресурси, що використовуються в процесі управління культурою.**

У чому ж полягає специфіка сучасного ресурсу фахівця-управлінця в галузі культури? Виходитимемо з того, що на сьогоднішній день високий соціальний статус і суспільна оцінка діяльності такого діяча обумовлені його здібностями і досягненням в певній сфері діяльності. Це свідчить про наявність владного потенціалу, і, відповідно, про великі можливості у здійсненні цілеспрямованої дії на зміст культури. Такі можливості надає, наприклад, посада, почесне звання, володіння матеріальним ресурсом. Однак, враховуючи зростаючу роль інформаційних технологій, постає питання про ефективність реалізації можливостей культурного політика.

Зокрема зазначимо, що він сьогодні є джерелом інформації, цілеспрямовано транслює певні культурні установки у свідомість індивідів і соціальних груп. Означена категорія людей **реально управляє інформацією**. Управління ж інформацією вбачається як створення різних інформаційних потоків і їх напрям визначається відповідно до цільової

орієнтації суб'єкта управління. У певному розумінні даний процес можна порівняти із «програмуванням» суспільної свідомості, наданням певного вектора діяльності індивіда, груп, соціуму взагалі. Відомо, що трансляція інформації у свідомість соціуму здійснюється через канали соціальних комунікацій: освіта, ЗМІ, мистецтво. Тому здатність до управління інформацією пов'язується з можливостями доступу і дії на соціальні інститути, функціями яких є вироблення, розповсюдження і зберігання культурних цінностей. А також із здійсненням контролю над рухом інформаційних потоків в соціокультурному просторі. Зростаючий обсяг виробництва і споживання культурних цінностей, (які виробляються різними джерелами інформації), швидкість їх розповсюдження в соціумі вимагають від суб'єкта управління «роботи в режимі on line». Тобто для зміни змісту культури в потрібному напрямку принципово важливе не тільки «вкидання» певної інформації, але і отримання «сигналу» про її ухвалення споживачем (індивідами, соціальними групами). Таким сигналом може бути будь-яка інформація, що відображає реакцію соціуму на появу в інформаційному просторі нових культурних установок. Отримання і інтерпретація такого роду сигналів мають вирішальне значення для фахівця-управлінця у визначенні стратегії і тактики процесу цілеспрямованої дії на культуру соціуму. При цьому, принципово важлива його здатність до отримання і **аналізу** інформації про зміни змісту культури соціальної спільності або відсутність таких.

Отже, управління культурою в сучасному суспільстві вимагає використання інформаційного ресурсу, який включає можливість створення напряму і контролю інформаційних потоків в соціокультурному просторі. Відповідно, суб'єкт управління культурою характеризується насамперед як

володар інформаційного ресурсу, що і обумовлює його можливість цілеспрямованої дії на культуру.

Звернемо увагу також на те, що можливість управління інформаційними потоками багато в чому зумовлена високим соціальним статусом суб'єкта управління культурою, так само як і високою соціальною оцінкою здійснюваної ним діяльності. Тобто, володіння інформаційним ресурсом і його використання в процесі цілеспрямованої дії на культуру має об'єктивні передумови. Одночасно важливо виокремлення суб'єктивних особливостей, що так само формують ресурс сучасного культурного політика. Звичайно, все, що стосується особистісних властивостей суб'єкта управління, значною мірою відноситься до галузі психологічного знання. Якості формального і неформального лідерства, мотивація діяльності, критерії цілеспрямованості, здатність брати на себе відповідальність, взагалі, те, що формує його особистісний потенціал за своєю суттю індивідуально. Враховуючи це спробуємо визначити специфіку особистісного ресурсу **культурного** політика.

Не можна не погодитися з тим, що представники еліт є певним еталоном для наслідування, наприклад, в стилі одягу, манерах поведінки, мові, виборі захоплень тощо. Можна було б стверджувати, що для зміни змісту культури інших індивідів необхідно змінити власні, з погляду культурного політика, змістовні життєві позиції. Однак, далеко не завжди культурний політик - особа публічна. Як відзначають деякі сучасні автори, швидше навпаки, діяльність культурних політиків частіше непомітна серед буденності [7]. Більше того, об'єктом цілеспрямованої дії культурного політика може бути, власне, культура елітних прошарків суспільства. Тому, навряд чи можливо поставити знак тотожності між певним ціннісно-

нормативним змістом соціальної спільності і культурними установками культурного політика. Цілеспрямовано впроваджуючи конкретні ціннісно-нормативні образи у свідомість соціуму або його окремих груп, суб'єкт управління культурою ніби виходить за рамки культурного простору, на який впливає, сприймаючи його «з боку». Тобто, в певному значенні виявляється «поза культурою».

Одночасно означений фахівець також є носієм певних культурних цілей, які управляють його діяльністю. У зв'язку з цим виникає питання: що означає вихід за рамки культури — звільнення від прийнятих в суспільстві стереотипів мислення і діяльності, зіставлення певної «власної культури» тій, яка існує і функціонує в суспільстві? Все це може бути вірним. Важливо зрозуміти, що для цього необхідна особлива якість особи, яка і забезпечує інше від буденного бачення культури соціуму. Дану властивість можна назвати «погляд ззовні», «панорамне бачення» тощо. Можна також вважати це талантом або набутою здібністю.

Деякі фахівці визначають цю якість як особливий - «методологічний» тип мислення [9]. На наш погляд, саме можливість виходу за рамки культури і характеризує особистісний ресурс культурного політика. Враховуючи сучасні тенденції соціокультурного розвитку, використання особистісного потенціалу в процесі цілеспрямованої дії на культуру має більші можливості, оскільки забезпечує необхідну орієнтацію культурного політика в інформаційному просторі сучасного соціуму.

Ресурси суб'єкта управління культурою на сучасному етапі соціокультурного розвитку визначають і його функції: культуротворча, управлінська і експертна. Культуротворча функція розглядається у зв'язку з процесами зведення культурних установок в статус цінності. Функція

управління пов'язується з організацією процесів трансляції інформаційних потоків. Експертна - бачиться як отримання і аналіз інформації про характер культури соціуму або окремі його групи, а також прогнозування вірогідних наслідків діяльності культурного політика. Це розділення не виключає можливості поєднання означених функцій одним суб'єктом культурної політики. Одночасно принципово зафіксувати існування трьох субгруп культурних політиків - творців культурних зразків, менеджерів, що забезпечують їх впровадження в соціальну свідомість і експертів, що відстежують зміни в культурній сфері. Ними є люди самих різних професій, що здійснюють діяльність в різних сферах соціального життя. Створювані ними інформаційні потоки, наділені певним змістом, транслуються у свідомість окремих соціальних структур або суспільства в цілому, так або інакше, спрямовують діяльність індивіда і соціальної спільності. Єдність інтересів, схожі життєві позиції об'єднують культурних політиків. Так, наприклад, з'являються різні громадські і політичні організації, союзи, рухи, що здійснюють суттєвий вплив на розвиток культури соціуму. Але в той же час, як вже наголошувалося, інтереси культурних політиків співпадають далеко не завжди. В цьому випадку суб'єкти управління культурою виступають як конкуруючі сили, що діють в єдиному соціокультурному просторі. Результат цього суперництва визначає перспективи подальшого культурного розвитку суспільства. Чим обумовлена перемога одних і програш інших: інтелектуальним потенціалом, технологічними можливостям соціальним статусом, професійною компетентністю? Все це має значення. У цьому зв'язку, інтерес представляє прогнозування у сфері культурної політики, перш за все як можливість виявлення варіантів подальшого культурного розвитку українського соціуму. І, звичайно, як підстава для

вибору тих чи інших напрямів у сфері управління культурою.

Отже, характеризуючи сучасне суспільство як Інформаційне, ми виділили найбільш значущі, на наш погляд тенденції соціокультурного розвитку: поява та активне використання різних технологій у всіх сферах соціального життя; виділення культури як головної продуктивної сили; перетворення сфери соціальних комунікацій. Також ми виходили з того, що інформація, в її культурологічному розумінні, є значення, сенси, культурні зразки мислення і діяльності. У контексті управління культурою особливо важливо відзначити наступні особливості сучасного суспільства: накопичення і використання знання у сфері управління інформацією; збільшення об'єму виробництва і споживання цілеспрямовано конструйованих культурних зразків; прискорення темпів їх трансляції і розповсюдження в соціокультурному просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Політика Л. С. Щедрин А. И. Информационная культура, эволюция, проблемы. – Донецк: ИЗПНАН Украины. – 1999. – 144с.
2. Дукельский В. Ю. Культура возвращается домой / В. Ю. Дукельский // Культура на границах / Ин-т культурной политики. – М., 2004. – С. 5. – (Серия «Политика: экспертный клуб»: вып.2).
3. Зуев С. Э. Методология и культурное проектирование // <http://www/sergeyzutv.ru/search/asp>.
4. Ключко В.П. Глобалізація і процес культурного взаємозбагачення культур // Збірник матеріалів Міжнародної конференції //Україна – Світ: від культурної своєрідності до спорідненості культур. – 2006. – С. 261-263.

5. Ракитов А. И. Новый подход к взаимосвязи истории, информации и культуры: пример России // Вопросы философии. – 1994. - № 4. – С. 14-34.
6. Семенов О. И. Информация / О. И. Семенов // Новейший философский опыт / сост. А. А. Грицанов. – Минск, 2003. – С. 431-432.
7. Синецкий С. Б. Сфера культуры: проблемы управления: (методологический аспект) / С. Б. Синецкий // Город и культура / сост. Глущенко С.И.; отв. Цукерман В.С. – Челябинск, 1993. – С. 30-43.
8. Щедровский П.Г. О единстве культуры: культурная политика на пути к открытому обществу / П. Г. Щедровский // [http: // www. Milennium.ru/2001/biblio/schedrl.htm](http://www.Milennium.ru/2001/biblio/schedrl.htm).