



ІСТОРИЧНІ НАУКИ

Костиря І. О.

Київський національний університет культури і мистецтв

ДИСКУРС ВЛАДИ В КОНТЕКСТІ САМОКЕРУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙ КУЛЬТУРИ

У статті подається аналіз дискурсу влади як певної моделі управління культурою в контексті американського, британського, французького досвіду. Визначені пріоритети дискурсу влади в українській культурі.

Ключові слова: дискурс, влада, управління, культура.

У сучасних розвинених країнах можна виокремити три найголовніші моделі взаємин держави з культурною сферою: американську, британську і французьку. Вони відрізняються рівнем державного втручання в процеси підтримки культури, обсягами й механізмами недержавної підтримки культури. Дискурс влади в контексті культури має свою специфіку, що визначається як мовними пріоритетами, так і особливостями функціонування культури.

Для американської моделі притаманна децентралізація підтримки культури, провідна роль приватних спонсорів і фондів, високий рівень власної господарської ефективності культурно-мистецьких закладів. Британська модель передбачає підтримку культури державою за принципом “витягнутої руки”, розподілом бюджетних коштів через автономні недержавні й напівдержавні інституції. Французька модель орієнтована на централізовану підтримку національної культури.

Проблемою дискурсу влади в управлінні культурою займалися: В. Андрущенко, О. Бабкіна, В. Бех, В. Бебик, В. Вашкевич, К. Ващенко, В. Воловик, П. Гайденко, Є. Головаха, В. Горський та ін, але актуальним є визначення специфіки презентації мови влади в культурному просторі.

Метою статті є визначити специфіку владного дискурсу в його національно-культурному просторі.

З огляду на соціально-економічні, політичні, релігійні, культурні, національні, мовні та інші проблеми нині в Україні найбільш доцільною є запровадження британської моделі взаємин державних структур зі сферою культури. Бо саме така модель з її розподілом бюджетних коштів через автономні недержавні та напівдержавні інституції дасть змогу державі

залишатися об'єднуючою ланкою в полікультурному суспільстві через підтримку культурної політики в цілому, а крім того, дасть змогу залучати кошти не тільки з державного бюджету, але й пожертвування і спонсорську допомогу, як додаткові ресурси для бюджетів організацій культури. Водночас установам культури має бути гарантована свобода від бюрократичного втручання, а культурна політика повинна враховувати творчу діяльність окремих особистостей і всього населення [4, с. 92].

Отже, розвиток сфери культури зумовлений не тільки державними, але й недержавними інститутами – різними підприємствами недержавної форми власності, громадськими організаціями, а також окремими благодійниками. Тому держава має активно співпрацювати з цим сектором, який не тільки істотно впливає на розвиток культури, але й бере активну участь в управлінні її поступом. Адже завдяки недержавному сегменту сьогодні можуть існувати, розвиватися і здійснювати власну діяльність не тільки поодинокі митці, але й художні та творчі колективи. Цьому сприяють благодійні внески приватних осіб, фінансування конкретних культурних програм на доходи від підприємницької діяльності, пожертви на проведення спеціальних заходів, благодійних концертів, виставок, аукціонів тощо, гранти вітчизняних та закордонних організацій і фондів та ін.

Відповідно до закону України “Про благодійництво та благодійні організації” благодійною є недержавна організація, головна мета функціонування якої – здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб. Своєю чергою благодійною є безкорислива діяльність благодійних організацій, яка не передбачає одержання прибутків від цієї діяльності.

Благодійництво – добровільна безкорислива пожертва фізичних і юридичних осіб у поданні набувачам матеріальної, фінансової, організаційної та іншої благодійної допомоги. Специфічними формами благодійництва є меценатство і спонсорство.

Меценатство – добровільна безкорислива діяльність фізичних осіб у формі матеріальної, фінансової та іншої підтримки набувачів благодійної допомоги. А спонсорство – це добровільна неприбуткова участь фізичних та юридичних осіб у матеріальній підтримці благодійної діяльності з метою популяризації винятково свого імені (назви), торгової марки [2, с. 292]. Тобто, незважаючи на спільні риси, спонсорська і меценатська діяльність істотно відрізняються одна від одної. Якщо меценатська діяльність не має на меті отримання прибутку, то спонсорська діяльність є ефективною складовою комунікації рекламного характеру. Вона спрямована на підвищення іміджу фірми, вирішення конкретних PR-завдань, просування марки на ринок, підтримку контактів з клієнтами. Крім того, спонсорство передбачає дотримання партнерських стосунків між спонсорами та набувачами

благодійної допомоги. Щодо меценатства, то воно ґрунтується на милосерді та співчутті, а відтак не завжди може забезпечити надійну допомогу.

Спонсорська підтримка інноваційних проектів у галузі культури пояснюється не альтруїзмом, а конкретною комерційною зацікавленістю підприємця. Хоча, саме завдяки спонсорським внескам, здійснюються сміливі та цікаві культурні проекти.

В основу благодійництва як виду співпраці між культурою та бізнесом покладено загальнолюдські цінності, принципи добра та справедливості. Меценатський потенціал залежить від моральних резервів суспільства, від духовності кожної особистості, від суспільних традицій благодійництва.

Крім того, в європейських країнах, наприклад у Великобританії, використовують ще й інші форми благодійництва, які сприяють розвитку культури. Це, зокрема, такі як ін-кайнд спонсорство (допомога “натурою”), фандрайзинг, пожертвування, патронаж тощо.

Ін-кайнд спонсорство – це надання закладам культури продукції або послуг за зниженими цінами або безкоштовно. Притому, якщо продукція чи послуги надаються за ціною, нижчою від собівартості, різницю слід трактувати як спонсорський внесок (якщо принагідно бізнес-підприємство отримує певні вигоди), який оподатковується за загальними правилами як і спонсорська діяльність.

Підтримка – загальний термін, що використовується для означення будь-яких позитивних взаємин між бізнес-підприємством та організацією в галузі культури.

Фандрайзинг – загальний термін, яким позначають діяльність із залучення коштів з боку фізичних та юридичних осіб, благодійних трастів на засадах патронажу або благодійних внесків.

Пожертвування – кошти, надані закладам культури фізичними або юридичними особами, котрі не потребують відшкодування комерційного доходу. У Великій Британії пожертвування не оподатковуються і можуть оформлюватися як Gift Aid (дарунок, допомога).

Патронаж, як і пожертвування, – це кошти на культурні заходи від фізичних або юридичних осіб, що не потребують відшкодування за комерційний внесок.

Специфічною формою благодійництва в царині культури на Британських островах є корпоративне членство – схема, за допомогою якої бізнес-організація сплачує річну суму в обмін на різні привілеї, що надаються протягом року, наприклад, квитки на заходи, запрошення на прийоми, безкоштовні програми, використання приміщень чи обладнання. Корпоративне членство не вважається спонсорською діяльністю, і податкові органи можуть трактувати його як “витрати на розваги” (представницькі витрати) а, отже, не оподатковувати.

Водночас “збір грошей для добродійності не обмежений якимись одноразовими заходами або святами. Багато фірм оголошують щоп’ятниці день добродійності. Цього дня співробітники змінюють строгий офісний костюм на легковажні джинси, яскраві сорочки з розкритим коміром, шорти (якщо, звичайно, дозволяє капризна англійська погода!). За це задоволення вони платять по 1-2 фунти, які йдуть на вибрану ними добру справу. Здавалося б, гроші невеликі, але ж, як кажуть, з миру по нитці! До речі, керівництво фірм, які запровадили такі добродійні п’ятниці, не скаржиться на падіння продуктивності праці. Навпаки, вони знімають втому, що накопичилася до кінця тижня, а відчуття, що всі спільно роблять щось значне для людей, народжує той самий “дух команди”, який так важливий для успішної роботи будь-якого підприємства” [6, с. 42].

Отже, в практиці західного бізнесу, а віднедавна і в Україні, широко використовуються різні спонсорські заходи для формування позитивного іміджу компаній. З одного боку, під час надання допомоги представники таких компаній часто підкреслюють, що тим самим виконують свій соціальний обов’язок перед громадськістю. А з другого – інформація про спонсорські програми, засновані стипендії, меценатську діяльність має довгострокове стратегічне завдання і приносить користь організаціям передусім у вигляді привабливого іміджу компанії, що формується в очах пересічного громадянина.

Рекламний характер, якого набуло сучасне спонсорство, все більше спонукає сучасних благодійників шукати нові форми допомоги. Останнім часом ті підприємці, котрі намагаються по-справжньому знайти себе в ринковій економіці, стали від спонсорства переходити до провадження соціально відповідальної підприємницької діяльності. Однією з головних причин такого якісного переходу виявилось те, що “вітчизняні підприємці зацікавлені вже не стільки у тому, щоб заробити якомога більше коштів, скільки у збереженні, своєрідній легітимації та примноженні власних статків. Причому, з одного боку, бізнес зацікавлений лише в реалізації власних інтересів (і це цілком природно), головним з яких є прибуток, а з другого – соціальна відповідальність (етика бізнесу) зосереджує увагу на реалізації інтересів інших людей і громади, де функціонують підприємці” [5, с. 489].

Отже, акценти у взаємодії з приватним сектором поступово зміщуються у бік добровільного саморегулювання. Водночас приватний сектор поволі переходить від безсистемної добродійності до складніших, стратегічних форм взаємодії з громадськістю й урядом. Державним структурам у такій взаємодії відводиться не тільки роль арбітра, але й активного учасника двосторонньої співпраці, ініціаторами якої покликані стати саме громадські організації та підприємництво. “Перші, функціонуючи здебільшого на засадах грантування з боку міжнародних донорських структур, закордонних

приватних фондів і міжнародних програм технічної допомоги, усвідомлюють необхідність залучення місцевих ресурсів для власного розвитку. Другі все глибше розуміють свою причетність до соціальних потреб громади, а також роблять ставку на значну рентабельність свого бізнесу у контексті його суспільної корисності. Крім того, діловій еліті стає очевидним, що громадський сектор, який достатньо зміцнів за роки незалежності, реально здатен генерувати значні економічні вигоди” [7, с. 12].

Проте вітчизняну державну підтримку розвитку культури неможливо порівняти з допомогою, яка надається цій сфері в інших країнах. Щорічні відрахування на добродійність у США – сотні мільярдів доларів. Близько 70% таких коштів – внески приватних осіб. У США поширена практика заробляння грошей держустановами культури: проведення заходів, відкриття магазинів тощо. Водночас “там благодійників вшановують переважно морально. Увічнюють імена, викарбовують на граніті назви компаній, зазначаючи навіть мінімальні суми добродійних внесків” [1]. Адже меценатами завжди стають за покликом душі. Прізвища багатьох українців – Терещенків, Симиренків, Яхненків, Бродських -стали відомими в усьому світі завдяки підтримці розвитку культури, медицини, освіти, а не лише з огляду на їхні статки. І як не прикро констатувати цей факт, але нині заможних людей, які допомагають тим, хто цього справді потребує, в нашій державі не так вже й багато.

Серед сучасників, які впевнено продовжують шлях українського меценатства, – Віктор Пінчук, Сергій Тарута, Ринат Ахметов, Олександр Фельдман, Дмитро Андрієвський, Анатолій Толстоухов, Сергій Тігіпко, Петро Порошенко, Володимир Філіппов та інші. У такому порядку вишикувала їх прізвища газета “Дело”, яка опублікувала перший в Україні рейтинг “Кращі меценатські програми України”. У ньому брали участь 65 програм, які профінансували в 2008–2009 рр. 25 вітчизняних меценатів. Притому всі ці проекти були реалізовані в культурній сфері.

Як з'ясувалося, українські меценати вважають за краще витратити гроші на підтримку образотворчого мистецтва, розвиток культурного середовища регіонів, а також на патронат талантів, особливо юних. Пояснюється такий інтерес тим, що в більшості є художні колекції, багато хто вже ставиться до власного захоплення як до арт-інвестицій, а отже, зацікавлений у створенні сучасного цивілізованого арт-ринку в Україні. Не менш популярними є й меценатські проекти, пов'язані з підтримкою юних талантів і розвитком культури в різних регіонах. Водночас такі заходи є більше добродійними, ніж меценатськими. Відтак більш неохоче вітчизняні меценати займаються реставрацією замків, класичною музикою, літературою і кінематографом. На ці ділянки культурного життя українські меценати виділяють кошти переважно лише тоді, коли їх дуже попросять.

Під час оцінювання меценатської діяльності в країні також вдалося визначити особливості українського меценатства. Головна з них брати на себе місію держави в умовах кризи, коли країна перестає підтримувати культурні ініціативи. Ще одна особливість меценатства по-українськи – це крайнощі, в які впадають донори проектів: від повної публічності до абсолютної таємниці. Наприклад, менше половини учасників рейтингу визнала можливим відкрити публічно суму витрат на меценатство. “Головна причина такої закритості – у відсутності державної і суспільної підтримки, – вважає Любов Паливода, президент Добродійного фонду ТЦК. – Держава не дає податкових пільг, а в суспільстві негативно відносяться до спроможних людей” [3]. Третя особливість меценатства в нашій країні полягає у відсутності довгострокової стратегії в більшості меценатських проектів, їх одноразовість. Оскільки для більшості вітчизняних меценатів, так само, як і спонсорів, важливим чинником є створення позитивного соціального іміджу за рахунок вкладення коштів у сферу культури. Мабуть тому за меценатство іноді видають звичайне спонсорство, як у випадку з організацією прощальних гастролей Алли Пугачової і презентації її радіо “Алла” на сайті фонду Едуарда Прутника.

А з другого боку, меценатство в Україні все більше набуває системного підходу, переходить від стихійної допомоги до запланованих меценатських проектів. “Таку практику, властиву бізнесу, привнесли в цю сферу Віктор Пінчук і Ринат Ахметов. Їх досвід реалізації меценатських проектів більшість експертів оцінили як такий, що має самий інноваційний високий соціальний ефект. Притому працюють вони в абсолютно різних галузях. Для Віктора Пінчука це сучасне мистецтво – мова, зрозуміла в будь-якій країні світу. Ринат Ахметов серйозно узявся за реставрацію культурно-археологічних заповідників” [3]. Засновник Добродійного фонду мистецтв, президент компанії “Інтеко” Володимир Філіппов створив і патрує єдиний в Україні приватний театр “Київ модерн-балет”, який сьогодні пов’язують з найцікавішими експериментами і сміливим прочитанням всесвітньо відомих театральних сюжетів, оновленням і збагаченням форми та лексики сучасного танцю. Робота артистів нагороджена багатьма вітчизняними і міжнародними нагородами.

Таких прикладів можна навести чимало. Але вони переважно свідчать про те, що меценатство в Україні – це насамперед персональні подвижницькі кроки одних і тих самих особистостей. Щоб зробити це явище масовим, у 1997 році Верховна Рада прийняла Закон України “Про благодійництво та благодійні організації”, який було змінено та доповнено у 2002 році. Проте з того часу в країні відбулися зміни не тільки в реальному житті, але й у законодавстві, покликаному регулювати життєдіяльність суспільства. Тому цей документ вже не відображає всіх реалій життя, не

узгоджується з наявними правовими нормами, розробленими для підтримки благодійної діяльності. Наприклад, у статті 20 Закону України “Про благодійництво та благодійні організації” наголошується, що благодійні організації, які існують лише на членські внески і добродійні пожертвування, звільняються від сплати податків та інших платежів до бюджету і спеціальних фондів. Однак в дійсності усі благодійні організації оподатковуються відповідно до податкового законодавства, яке не відповідає згаданій нормі закону. Оскільки меценатами виявляються переважно ті, хто існує не завдяки членським внескам і добродійним пожертвуванням, відповідно до чинного законодавства їхні пожертвування мають оподатковуватися.

Отже, будь-яке меценатство в Україні виявляється справою недешевою. А закону про меценатство в Україні, на жаль, сьогодні ще немає. Ініційований Міністерством культури і туризму України проект Закону України “Про меценатство” Верховною Радою досі не прийнятий. Але, щоб відбулися необхідні зрушення в благодійництві, варто прийняти закон про меценатство, яке є істотним фактором соціального розвитку суспільства. Адже саме меценатська діяльність здійснюється у таких основних напрямках, як сприяння доступу населення до культурних цінностей, охороні та збереженню культурної спадщини й історико-культурного середовища, пам’яток історії та культури, підтримка музеїв і музейної справи, допомога поверненню в Україну національних культурних цінностей, які були вивезені за кордон, підтримка бібліотек і бібліотечної справи, розвитку видавничої справи та багато іншого. Бо метою меценатської діяльності загалом є сприяння розвитку культури, мистецтва, науки та освіти України.

Розвиток некомерційних організацій культури в Україні спричинив появу нових соціальних технологій і засобів їх реалізації. Досвід участі в різних конкурсах на фінансову підтримку, серед іншого і в рамках програм західних фондів, дає змогу некомерційним організаціям культури отримати певну допомогу у формі грантів, а також набути нового досвіду і професіоналізму у використанні фінансових ресурсів. Проте в Україні демократизація культурної політики щільно пов’язана з питаннями відновлення та популяризації історичної пам’яті як основи формування цілісної ідентичності громадян та їхньої інтеграції у єдину націю. Відновлення історичної пам’яті, її входження до системи культури як суми повсякденних практик, безперечно, передбачає відповідну підтримку з боку державної політики, проте не може обмежуватися нею. У цьому процесі важливою є активність громадянського суспільства – об’єднань громадян, дії науковців, митців, діячів культури.

Висновки. Задля унеможливлення ризиків переважання націоналістичної складової над демократичною серед завдань державної політики в галузі культури пріоритетне місце має посісти забезпечення

рівних прав громадян у доступі до культурних надбань, збереження культурного різноманіття, підтримка самобутності культурних та етнічних меншин. Останнє сприятиме не лише цілісності культурного простору України, а й його унікальності, що надає переваги для ведення міжкультурного діалогу на глобальному рівні та є перспективним з погляду інтеграції держави у міжнародний культурний простір, насамперед, європейський.

Слід підкреслити, що у загальному плані система реалізації державної культурної політики має уникати як надмірної централізації, одержавлення підтримки культури, так і її послаблення та надмірної відкритості до ринкових та глобалізаційних процесів. Знаходження відповідного балансу між національним і глобальним полягає у підвищенні конкурентоспроможності українського культурного продукту, який має бути унікальним, посиленні творчого та інноваційного потенціалу українського суспільства в рамках демократичних пріоритетів, які визначаються у дискурсивних практиках влади стосовно національної культури.

Використана література:

1. *Вергеліс О.* Дари волхвів в епоху безнадії. Чи розбудить криза українських меценатів? // Дзеркало тижня, 2009. – № 24 (752). – 27 червня – 3 липня.
2. Закон України Про благодійництво та благодійні організації // Відомості Верховної Ради, 1997. – № 46.
3. Лучшие меценаты Украины // Дело. – 2009. – 14 декабря.
4. *Манди С.* Культурная политика : короткое руководство // Культурная политика в Европе : выбор стратегии и ориентиры : сборник материалов / сост. : Е. И. Кузьмин, В. Р. Фирсов. – М. : “Издательство Либерия”, 2002. – 240 с.
5. *Хобта Л. Ю.* Повернути українському меценатству й благодійництву цивілізаційні традиції // Сучасна цивілізація : гуманітарний аспект. – К., 2004. – С. 488-491.
6. *Хор Е.* Благотворительность как образ жизни // Европа, 2004. – № 42, сентябрь.
7. *Чередниченко А.* Українське меценатство поступається спонсорству : Де що про історію благодійництва та сучасну неспроможливість та безкорисливість // Хрещатик. – 2003. – 14 травня. – С. 12.

КОСТИРЯ І. О. *Дискурс влади в контексті самоуправління інституцій культури.*
В статті представлено аналіз дискурсу влади як однієї моделі управління культурою в контексті американського, британського, французького досвіду. Визначено пріоритети дискурсу влади в українській культурі.

Ключевые слова: дискурс, влада, управління, культура.

KOSTIYVA I. O. *Diskurs authorities in the context of management of instituciy of culture.*
In the article a discourse of power analysis is given as a certain case a culture frame in the context of American, Britannic, French experience. Certain priorities of speech of power are in the Ukrainian culture.

Keywords: speech, power, management, culture.