

его волевые и деловые качества и нравственно-этический склад его фигуры.

4. Планирование, отчетность, заработная плата, управление – как механизмы менеджмента в сфере культуры не должны превращаться в самодостаточную деятельность, а образовывать целостную систему не через командные методы или отраслевой подход и даже территориальный принцип, а посредством создания организационных и экономических условий саморазвития культурной жизни – не больше, но и не меньше.

Именно в этом заключается подлинное содержание специфики менеджмента в сфере культуры.

1. Боров, В. Ю. Культура и массовая коммуникация / В. Ю. Боров, А. В. Коваленко; отв. ред. А. И. Арнольдов ; АН СССР, Ин-т философии. – М. : Наука, 1986. – 258 с.
2. Грибов, В. Д. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / В. Д. Грибов, Л. П. Никитина. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 239 с.
3. Грибов, В. Д. Менеджмент : учеб. пособ. / В. Д. Грибов. – М. : КНОРУС, 2007. – 280 с.
4. Касаткина, С. А. Основы профессиональной деятельности менеджера социокультурной сферы [Текст] : учеб. пособие / С. А. Касаткина. – М. : МГУКИ, 2001. – 102 с.
5. Плотников, С. Н. Управление в сфере культуры системный подход / С. Н. Плотников. – М., 1981. – 296 с.
6. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, 2001. – 384 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.countries.ru/library/orgculture/tulchinsky/1-3.html>. – Дата доступа : 20.10.2016.

ПРОБЛЕМЫ СПОНСОРСТВА УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Цыркунова Г. М.

старший преподаватель,

*зам. декана факультета культурологии и социокультурной деятельности
Белорусского государственного университета культуры и искусств (г. Минск)*

Писаренко К. О.

студент Белорусского государственного университета культуры и искусств (г. Минск)

Аннотация. В данной статье рассмотрены современные проблемы спонсирования учреждений культуры в Республике Беларусь. В ходе подробного изучения проблем выявлены пути разрешения данных вопросов. Приведена статистика спонсирования за 2013–2015 гг.

Summary. This article considers modern problems sponsorship of cultural institutions in the Republic of Belarus. During a detailed examination of the problems identified ways of resolving these issues have been identified. The statistics of sponsorship for the year 2013-2015 has given.

Спонсорство в учреждениях культуры - форма инвестирования и рекламирования организации через поддержку социально значимых проектов, мероприятий и т. д.

Сфера культуры обладает исключительной привлекательностью для спонсирования. Поддержка изобразительного и музыкального искусства, литературы, кино, театров, музеев, библиотек привлекает современный бизнес не только

возможностями рекламы и формирования репутации фирмы через эту сферу, дающую максимальный «выход на общество» и, с очевидностью, социально значимую. Также это средство прорыва на международные, зарубежные рынки в образе не простого конкурента, а сторонника сотрудничества, интересующегося культурой данной страны, знакомящей ее со своей культурой, т.е. поддерживающего естественные человеческие ценности и творчество [3, с. 120].

Актуальность обусловлена и тем, что культурным учреждениям недостаточно бюджетных средств на развитие культуры и творчества. Само спонсирование сферы культуры способствует более естественному и слаженному взаимодействию с другими сферами.

Говоря иными словами, спонсорство в сфере культуры является реальным и эффективным фактором создания и развития гражданского общества, способного к саморазвитию, и на порядки менее зависимого от государства, чем общества тоталитарного типа [3, с. 121].

Несмотря на то, что спонсорство в мире сегодня развивается быстро, спонсорство в РБ имеет ряд своих проблем, таких как:

1. Малая заинтересованность белорусских и зарубежных организаций к белорусской культуре. В Беларуси существует много проектов, посвященных белорусской культуре, такие как фестиваль «aDNAK!», «Картина на стене», издание настольной игры «Мракоборцы», однако они мало известны и если они проходят, то их организуют пару человек, которые придумали весь проект, и зачастую в поисках спонсоров не находят поддержку в силу своей невостребованности и малой популяризации. В ходе исследования было выяснено, что сами жители РБ мало заинтересованы в популяризации белорусской культуры (только 20% опрошенных сказали, что интересуются белорусскими проектами). В опросе участвовало 70 человек, возрастной категории от 16 до 55.

Многие организации боятся потерять свои деньги и вовсе не найти выгоду в спонсорской помощи с точки зрения экономической востребованности, учитывая современную экономическую ситуацию в РБ.

Из этого следует, что для спонсирования проектов зарубежными и белорусскими компаниями нужно:

- изучить потребителя и его потребности, чтобы проекты набирали большие аудитории;
- заинтересовывать правильно спонсоров, чтобы они видели в проектах экономическую выгоду и рекламу своей компании, фирмы или предприятия, также показывая потребителям свою вовлеченность в их социальную жизнь.

2. Предпочтение граждан РБ с большей увлеченностью интересоваться другими культурами, а не собственной.

На сегодняшний день существует белорусский продукт в печатных изданиях, СМИ, но, к сожалению, он не создает конкуренцию зарубежному продукту. Дети и их родители с большим интересом обращают внимание на русскоязычные издания, и в целом на зарубежные культуры.

Даже начиная с раннего возраста детям интереснее смотреть зарубежные мультфильмы, читать иностранные книги и журналы, ведь для них они выглядят более красочными и интересными, соответственно, родители и дети находят их привлекательными, тем самым такие социокультурные продукты становятся популярными больше чем отечественные.

Из вышесказанного следует:

- побуждать интерес к белорусской культуре гражданам, создавая моду на свою культуру, посредством продвижения национальной символики, изделий народного ремесла, создания качественных культурных продуктов и проектов, отвечающих потребностям нового поколения;

- развивать внедрение информационных технологий для разработки и реализации качественного социокультурного продукта, способного конкурировать с зарубежными продуктами.

3. Недостаточно скорректированная нормативно-правовая база для спонсорской помощи в РБ.

На сегодняшний день нормативно-правовой базой для спонсорской помощи является Указ Президента Республики Беларусь от 01.07.2005 № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи».

Самый главный недостаток является в том, что спонсорство и безвозмездная помощь – это понятия разные и не похожие друг на друга, а в данном указе о них говорится как о схожих. Для каждой помощи нужно разрабатывать и внедрять свою нормативно-правовую базу, для разграничения этих понятий.

В ходе анализа было выявлено, что для решения данной проблемы следует доработать, скорректировать и внедрить более упорядоченную нормативно-правовую базу максимально доступно и понятно для любого человека.

Далее будет проанализирована статистика финансовых показателей спонсирования сферы культуры за 2013-2015 гг.:

В 2013 году более миллиона долларов (20 млрд. белорусских рублей) было вложено в такие проекты как «Славянский базар» в Витебске, Международный фестиваль «Листопад» и акцию «Ночь музеев» [4].

В 2014 году в сферу белорусской культуры была привлечена спонсорская помощь на сумму 50 млрд. белорусских рублей. Благодаря этим средствам были осуществлены такие проекты, как фестиваль «Славянский базар в Витебске» (сумма внебюджетных средств составила 70%), Рождественский оперный форум, театральный форум «ТЕАРТ», выставка «Десять веков искусства Беларуси» и другие мероприятия [1].

Всего за 2015 год в республиканские проекты вложили средства порядка 100 организаций и компаний на сумму 50 млрд. белорусских рублей. Благодаря их помощи белорусы смогли побывать на «Арт-островах» в Минске, насладиться «Вечерами Большого театра в замке Радзивиллов» и оценить редчайшие экспонаты в именитых музеях Беларуси.

Директор Центра современных искусств Наталья Шарангович привела конкретные цифры: в 2015 году партнеры центра вложились в арт-проекты на сумму свыше 30 тысяч долларов. Две крупнейшие инициативы – проект «Арт-острова» и минский форум уличных театров – поддержал «Альфа-банк». А вот за любимую выставку «Художник и город» на площади Якуба Коласа стоит благодарить Банк ВТБ [2].

Проанализировав статистику финансовых показателей спонсорства культуры было выявлено, что по сравнению с 2013 годом вклады в развитие сферы культуры повысились в 2,5 раза в 2014 году, а в 2015 году вклады остались неизменными.

На сегодняшний день в Республике Беларусь спонсорство в учреждениях культуры развивается и существует благодаря таким организациям как Белгазпромбанк, Альфа Банк, Банк ВТБ, мобильные сети Velcom и МТС, информационные порталы afisha.tut.by и relax.by, Belavia.

-
1. Деньги на культуру. За вклад в развитие искусства отмечены 43 мецената [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.aif.by/timefree/culturenews/dengi_na_kulturu_za_vklad_v_razvitie_iskusstva_otmechenu_43_mecenata. – Дата доступа : 14.08.2016.
 2. Инвестиции в прекрасное [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.sb.by/kultura/article/investitsii-v-prekrasnoe.html>. – Дата доступа : 04.09.2016.
 3. Тульчинский, Г. Л. PR фирмы: технология и эффективность / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Алетей, 2001. – 294 с.
 4. Чествование меценатов, чья спонсорская помощь направлена на развитие культуры и искусства, состоялось в Минске [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ctv.by/novosti-minska-i-minskoy-oblasti/chestvovanie-mecenatov-chya-sponsorskaya-romoshch-napravlena-na>. – Дата доступа : 10.09.2016.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ