

MANAGEMENT CULTURAL ÎN CEA DE-A DOUA JUMĂTATE A SECOLULUI AL XX-LEA

CULTURAL MANAGEMENT IN THE SECOND HALF OF THE 20TH CENTURY

Doina COLEFF

**Facultatea de Științe Umaniste, Politice și Administrative, Universitatea de Vest „Vasile
Goldiș” din Arad**

Tel: 0040-257-282324

E.mail: coleffdoina@yahoo.com

ABSTRACT

Cultural management is a part of the wider culturology field of study, having the study of all organizational methods in different societies and historical ages regarding the process of conceiving the cultural aspect of life, as a specific aim. It is connected with the notion of cultural necessity as a consequence of one particular motivation. Cultural management gives a special attention to the process of creating the proper conditions for developing cultural necessities, cultural abilities and to the process of developing cultural needs. Today, our educational system develops such interests and, also, media and cultural institutions study them thoroughly and emphasize their consolidation.

Key words: *the object of cultural management, artistic creation, cultural necessities, cultural policy, cultural interest*

Obiectul managementului cultural

Managementul cultural, managementul artei sau al unui anumit domeniu artistic, nu este la noi încă o disciplină științifică de prestigiu, care să contribuie la dezvoltarea și extinderea practicilor artistice și culturale.

Managementul cultural, ca parte a culturologiei, dar și a managementului contemporan, pleacă de la premisa că vorbim despre el atunci când avem un sistem în interiorul căruia, printr-o activitate umană conștientă, putem organiza, educa, orienta dezvoltarea spirituală. El definește spațiul în interiorul căruia se pot realiza condițiile creației culturale și îndeosebi, artistice, formele implementării acestora și ale receptării de către publicul larg. De aceea, managementul cultural presupune efortul individului ca, printr-o activitate conștientă să aducă la un numitor comun, să

faciliteze relația dintre cererea specifică și coerența de natură spirituală a unei comunități și activitățile sale de creație în domeniul culturii și artei, în vederea unei cât mai bogate și mai dinamice vieți culturale ale acesteia.

Obiectul managementului cultural este studiul tuturor metodelor (formelor, modelelor) de organizare ce apar în diverse societăți și în diverse perioade istorice în interiorul manifestărilor culturale în totalitatea lor și în unele sectoare ale culturii (teatru, cinematografie, radiodifuziune) etc. Cum obiectivul managementului în sfera culturii și artei este descoperirea soluțiilor (a modelelor) organizatorice corespunzătoare care, în cea mai mare măsură, să determine o cât mai eficace activitate culturală în domeniul social și al economiei de piață, rezultă că această știință are două dimensiuni de bază: descrierea și cercetarea formelor și metodelor existente de organizare sau analitic-descriptivă și dezvoltarea și descoperirea unor noi forme și modalități, mai adecvate de organizare sau de proiectare-modelare.

Aceste două dimensiuni ale managementului cultural se întrepătrund și se completează. Este evident că descrierea și analizarea situației existente este condiția minimă pentru proiectarea și dezvoltarea noilor modele organizatorice, dar și invers, descrierea existentului trebuie efectuată prin sintetizări de modelare.

Obiectivele managementului cultural și artistic sunt următoarele: conceperea sistemului vieții culturale, planificarea dezvoltării culturale, conceperea sistemelor de parteneriat în activitățile culturale, realizarea infrastructurilor unor instituții de cultură precum și coordonarea și organizarea activităților din interiorul acestora, organizarea procesului de producție (managementul proiectelor), organizarea procesului de distribuire (difuzare) a culturii, managementul produsului, instituirea formelor și modelelor de colaborare culturală internațională.

Aceste opt obiective ale managementului în domeniul culturii și artei presupun diverse grade de instruire și competență ale managerului. Ele cuprind întregul evantai de probleme care ajung a fi prezentate la cele mai înalte foruri ale statului (ministerele culturii și serviciile lor specializate), institute academice și centre de cercetare și managerul cultural-practicant, a cărui sarcină este să creeze condiții, pe de o parte artiștilor pentru realizarea ideilor lor, iar pe de altă parte publicului pentru a gusta operele de artă deja create.

Necesitățile culturale

Managementul cultural legat de termenul de necesitate culturală

Orice tip de activitate umană este consecința unei motivații, respectiv a sentimentului necesității îndreptat spre satisfacerea unor nevoi, redresarea unei situații „de lipsă”.

Psihologia ca știință, definește necesitatea, ca sentimentul nevoii de a acționa în vederea îndepărtării unui deficit trăit de persoană. În fapt, existența reală a unui deficit încă nu înseamnă că există și o disponibilitate și o motivație adecvată pentru acțiune, iar acesta este un caz des întâlnit când e vorba de „insuficiențe”, respectiv trebuințe latente, din domeniul culturii și artei. Chiar și când există conștiința unei necesități culturale nesatisfăcute, aceasta nu înseamnă deocamdată că persoana știe în ce mod va putea întradevăr să-și împlinească necesitățile și interesele. În felul acesta, nevoia de frumos este satisfăcută în zilele noastre de produse kitsch, iar nevoia de trăire estetică - de creații „artistice” diverse - de la „opere” de tipul filmelor americane comerciale la romanele erotice.

Se pare că însuși termenul - interes - este mai adecvat în analizarea trebuințelor culturale decât însăși teoria necesității, astfel că, în acest moment, este mai folosit termenul de „interes cultural” decât termenul de „necesitate culturală”. Preocupările au un rol esențial în dezvoltarea necesităților culturale, a comportamentului creativ (Sesic Dragicevic, Stojkovic 2002:15-20). Teoria personalității pleacă de la nevoia omului de autoactualizare și este deosebit de importantă pentru managementul manifestărilor culturale, întrucât, în mod evident atrage atenția asupra diversității cuprinderii acestei nevoi. Sigur este că fiecare om va dori în mod aparte să se autoactualizeze, unii prin activitate științifică, alții prin cea artistică, unii prin creșterea copiilor, alții prin preocupări altruiste, etc. Acest lucru depinde de nivelul cultural, poziția socială, educația familială, în general de propriul sistem de valori pe care individul îl acceptă maturizându-se într-o anumită cultură pe de o parte, iar pe de altă parte, de caracteristicile individual psihologice și capacitățile personalității proprii.

Personalitatea încearcă să se afirme și să se împlinească, înainte de toate, prin satisfacerea trebuințelor personale și a intereselor caracteristice doar propriului eu. Este important de reținut și faptul că interesele sunt un factor important de coeziune a grupurilor sociale, plecând de la public, prin intermediul grupurilor care sunt active în timpul liber, până la micile grupuri nonconformiste. Pe de altă parte, programele culturale, manifestările, festivalurile, repertoriul etc. se bazează pe interese și necesități cercetate sau presupuse (mai ales acolo unde programele culturale trebuie să realizeze venit și depind direct de interesul publicului).

Cercetarea și cunoașterea necesităților culturale este unul din obiectivele de bază ale managerului cultural, mai ales pentru a putea determina validitatea programelor și activităților culturale, dar și pentru a putea să planifice dezvoltarea culturală; să stimuleze dezvoltarea noilor necesități culturale sau să lărgescă cercul persoanelor ce vor fi sensibile la aspirații de natură culturală.

Prin necesități culturale înțelegem acele aspirații prin intermediul cărora omul își dezvoltă personalitatea, devenind activ, productiv, creator de valori materiale și spirituale, bucurându-se și integrându-le pe cele vechi, împărtășindu-le cu alții.

O posibilă tipologie a necesităților culturale poate fi: nevoia de exprimare verbală de comunicare, nevoia de cunoaștere lărgirea cercului, necesități estetice din viața de zi cu zi, necesități estetice-artistice (necesități de trăire estetică, necesități de creație).

Câteodată apar abia câteva necesități primare, în măsura în care ele asigură viața normală a individului, după care stagnează sau se sting, pentru ca niciodată să nu se dezvolte în veritabile necesități și interese. Aceasta înseamnă că personalitatea nu a generat la timp, în perioada de început, deprinderi culturale. De cele mai multe ori oamenii se vor împrieteni și asocia, se vor bucura împreună, ținând cont tocmai de diversitatea și intensitatea necesităților și intereselor culturale exprimate prin cele mai diverse activități (Cosmovici 1996:26, 157). Din aceste motive managementul cultural acordă o atenție specială creării condițiilor pentru dezvoltarea necesităților culturale și a deprinderilor culturale, încă din fragedă copilărie. Cum trebuințele culturale se dezvoltă de la naștere până la sfârșitul vieții, și pot lua ființă dacă există relații favorabile în familie și societate, încă înainte de frecventarea școlii, se vor concepe anumite programe de activitate dedicate copiilor preșcolari, adolescenților, studenților, tinerilor din mediul urban și rural, generației de mijloc și „vârstei a treia”, pensionarilor și persoanelor având peste șaizeci de ani.

Un accent aparte se pune tocmai pe programe pentru copii și tineret pentru că aceștia parcurg perioade ale vieții când necesitățile și interesele de orice fel sporesc și începe formarea personalității.

Calitatea și intensitatea necesităților culturale se poate constata înainte de toate, în posibilitățile de exprimare și comunicare simbolică. Arta este prin definiție o trăire a simțurilor, dar nu toată lumea are predispoziții egale pentru dezvoltarea simțurilor, pentru extinderea relației de sensibilitate față de conținuturi artistice, mai ales față de cele cu o înaltă valoare simbolică. Aceste posibilități sunt parțial înnăscute (auzul, talent pentru percepția vizuală, exprimarea verbală etc.), dar în cea mai mare măsură ele depind de cunoașterea și educația familială, preșcolară și școlară (Cosmovici 1996: 178,206).

Cercetările arată că necesități culturale superioare relevă doar o mică parte a oligarhiei politico-economice. Necesitățile culturale superioare sunt cele mai pronunțate la intelectuali, independent de veniturile lor sau de locul ocupat în sfera deciziilor politice iar artiștii s-au născut aproape în egală măsură în toate păturile sociale (ei fiind copiii țăranilor, funcționarilor, comercianților, meseriașilor, ofițerilor, birocraților politici și ai patronilor marilor întreprinderi sau ai afaceriștilor).

Tocmai acest lucru demonstrează că un mare talent se stinge greu, indiferent de condițiile în care crește și trăiește. Pe de altă parte, faptul că publicul artiștilor provine, înainte de toate, din pături foarte exacte, exclusiv culte și privilegiate, ne arată că necesitățile culturale la majoritatea oamenilor, totuși, depind de posibilități latente și că se pot dezvolta în condiții veritabile și cu susținere adecvată.

Modul de dezvoltare a nevoilor culturale

Procesul de dezvoltare și adoptare a culturii poate fi atât spontan cât și organizat. Adoptarea spontană este extrem de dinamică în familie (educația familială), în comunitatea locală și în grupul persoanelor cu același nivel. În schimb, în toate culturile mai avansate s-a constatat că societatea trebuie să stabilească forme instituționale aparte, în interiorul cărora se vor desfășura mai intens procesele de dezvoltare și adoptare a culturii.

Școlile au fost primele instituții ce au asimilat valorile culturale acceptate într-un anumit mediu. Pe parcurs au apărut și alte instituții, mai întâi cele în care se vor păstra bunurile culturale (bibliotecile, muzeele, arhivele et.), apoi cele cu caracter publicitar, de popularizare, cum sunt galeriile, teatrele, sălile de concerte.

Rezultatul numeroaselor cercetări ale necesităților culturale arată că interesul individului față de anumite forme ale expresiei artistice, calitatea trăirilor sale artistice, în general atitudinea față de lume și cultură, în bună parte, sunt determinate de viața culturală a familiei în care a crescut și de aspirațiile sale culturale. Este vizibil acest fapt, mai ales când se analizează deprinderile culturale: mersul la concerte, la teatru, la expoziții. Cu cât viața culturală a familiei este mai intensă, cu atât influența altor factori este mai puțin importantă și viceversa (Sesic Dragicevic, Stojkovic 2002: 24-26).

Societatea contemporană, a specializărilor profesionale înguste, a făcut ca la procesul de difuzare a culturii oamenii să participe inegal. De o parte se situează creatorii de mesaje (managerii, redactorii, organizatorii, ziariștii etc.) iar de partea cealaltă, publicul de cultură - mai restrâns - care participă la procesul de receptare și apreciere și publicul mai larg care, de cele mai multe ori primește mesajele în mod pasiv.

Discuțiile, audierea muzicii în grup, recomandarea cărții din partea unui prieten, comentarea unui spectacol de teatru, a unui program TV etc. reprezintă forme deosebit de importante ale comunicării și difuzării culturale.

Managementul cultural trebuie nu doar să acționeze pentru dezvoltarea necesităților culturale, ci să creeze condiții pentru satisfacerea celor care există deja. Ar fi astfel necesară cunoașterea obstacolelor care împiedică satisfacerea

necesităților culturale existente: inexistența programelor culturale adecvate, depărtarea în spațiu de astfel de instituții, situația financiară precară a indivizilor și a familiei, precum și lipsa timpului liber.

CONCLUZII

Creându-se baza unei politici culturale și a acțiunii pe astfel de premise, s-au dezvoltat conceptele democratizării și ale descentralizării culturale.

Totuși, dintre toate impedimentele obiective, de departe cele mai importante sunt obstacolele de natură psihologică. Dacă pe parcursul formării personalității nu se intervine prin stimularea sensibilității artistice și estetice în familie, cu atât mai mult trebuie să se angajeze instituțiile de cultură după cum și instituțiile pentru educarea copiilor preșcolari și școlari.

În vederea întreținerii nevoilor și intereselor culturale, deosebit de important este mediul de viață și de muncă, adică posibilitatea de a discuta, de a împărtăși impresii despre emoția artistică trăită prin vizionare sau lectură. De aceea, este evident că rolul școlii, al mass-media și al instituțiilor culturale este complementar. Școala cultivă astfel interese și sensibilități iar mass-media și instituțiile de cultură, cu ajutorul programelor atractive noi le aprofundează și le consolidează.

BIBLIOGRAFIE

BARBU N., *Momente din istoria teatrului românesc*, Editura Eminescu, București, 1977.

COSMOVICI, Andrei., *Psihologie generală*, Editura Polirom, Iași, 1996.

MASOFF, I., *Teatrul românesc*, Editura Minerva București, 1974, vol.V, pp.17-182.

MAȘEK E., V., *Arta de a fi spectator*, Editura Meridiane, București, 1986.

SESIĆ DRAGICEVIĆ, Milena, STOJKOVIĆ, Branimir, *Cultura. Management mediere marketing*, Fundația Interart Triade, Timișoara, 2002.

x x x - Caiet de sală aniversar secția română, Teatrul de Nord, Satu Mare, 2004.

x x x - Caiet de sală aniversar secția maghiară, „Întreprinderea poligrafică” Crișana” Oradea, Satu Mare, 1977.

x x x - Publicația „Patria”, Sibiu, 4 mai 1919;