



ФОРМУВАННЯ ПОТРЕБ СУЧАСНОГО НАСЕЛЕННЯ В АКАДЕМІЧНИХ ВИДАХ МИСТЕЦТВА

Антоніна Хрипко

Дані Держкомстатистики свідчать, що за останні два десятиліття відвідування державних і комунальних театрів скоротилося удвічі. І це при тому, що загальна кількість театрів не зменшилася, а навіть дещо зросла. Відвідування музеїв, навпаки, зросло у півтора рази. Але в цілому рівень відвідування культурних установ, що надають доступ до зразків мистецтва залишається невисоким. Тому, проблема формування потреб у академічних видах мистецтва залишається досить актуальною на сьогодні [1, с. 4-5].

Запитання про наявність потреби в академічних видах мистецтва викликало серед експертів велику полеміку. Чимало експертів вважають, що низький рівень відвідування театрів, музеїв, художніх виставок зумовлений низьким рівнем доходів населення.

«Інтерес до мистецтва згасає у значної частини населення, яке змушене виживати, і якому не до культури» (В. Фесенко).

«Більшість населення знаходиться на базових рівнях потреб» (М. Ілько) [2, с.168].

Деякі експерти тлумачать вплив економічного чинника ширше, вказуючи на меркантилізацію масової свідомості, посилення акценту на матеріальні вигоди, прагнення людей скоротити витрати на нематеріальні блага. Порівняно із радянськими часами люди стали набагато більше працювати. І причина не тільки у намаганні вижити, загальним стало прагнення заробити більше. Підвищення рівня добробуту стало самодостатньою цінністю. Ця обставина, до речі, пояснює той емпіричний факт, що для жителів обласних центрів (де порівняно великий рівень доходів) головною причиною, що перешкоджає відвідувати культурні установи, є саме брак часу, а не брак коштів.

«Люди дуже зайняті проблемами добробуту. Навіть якщо є якісь вільні гроші, сама атмосфера тотальної економії відсуває думку про те, щоби піти до культурної установи, витрати гроші на театр. Значення мають не тільки гроші – час важливий. Часу не вистачає; люди не ходять до театрів тому,

що немає часу, – треба гроші заробляти. Вільний час нерідко присвячують підробіткам» (К. Стеценко).

«Люди рідко відвідують театр не тому, що дорого. Якщо людина хоче, вона знайде гроші. Причина інша – немає потреби. Оце найгірше» (Л. Олійник)[3, с. 659].

Окремі експерти відзначили, що саме через невисокі культурні запити більшості населення в суспільстві не виникає невдоволення відсутністю доступу до культурного продукту високого рівня. Іншими словами, рівень домінуючого попиту відповідає рівню (якості) пропозицій. Деякі експерти категорично не погодилися з тезою, що серед населення академічне мистецтво в Україні затребуване мало, що українці дуже рідко відвідують театри, спектаклі, оперу, музеї, художні виставки тощо. Вони звернули увагу на те, що, по-перше, інтерес до академічного мистецтва взагалі не може бути масовим, оскільки йдеться про елітарні зразки культури. По-друге, на їхню думку, відвідуваність культурних установ в Україні, зокрема театрів, перебуває приблизно на такому ж рівні, як і в інших країнах світу.

На думку деяких експертів, опитаних «культурна» частина українського суспільства, яка цікавиться мистецтвом, відвідувала б культурні заклади та заходи охоче, якби їм запропонували високоякісний, сучасний культурний продукт. Іншими словами, експерти, звернули увагу на проблему якості культурного продукту (послуг), який пропонують українські театри, музеї.

«Існує питання якості – дуже часто культурний продукт низької якості. А якщо продукт презентують заїжджі митці, і цей продукт хороший – то квитки дуже дорогі» (Б. Шумилович).

«Я би не казала, що вітчизняні музеї і театри рідко відвідують... Інша річ, треба говорити про те, наскільки цікаві проекти пропонують ці культурні заклади. Якщо ми будемо говорити про традиційну екскурсію, то вона давно вже втратила свою привабливість. Треба шукати нові форми, нові підходи до роботи: якісь інтерактивні проекти, які змушують людину думати, розвиватися... Тому давайте ставити питання не «чому люди не йдуть?», а «що ми зробили для того, щоб вони прийшли?» (Н. Капустіна).

Культурні діячі, певна річ, не могли обійти і проблему недостатнього фінансування культурних установ, адже брак коштів перешкоджає їм модернізуватися, налагодити роботу по-новому. «Музеї повинні чимось приваблювати аудиторію. А їм не вистачає грошей на те, щоб заявити про себе, показувати експозиції. У нас багаті музейні фонди! Якщо в них заглянути, там можна стільки побачити... Не завжди ці фонди

добре зберігаються або взагалі немає можливості їх підтримувати в належному температурному режимі» (В. Прокопенко) [5, с. 511].

Окремі експерти акцентували увагу на таких організаційних аспектах як недостатнє інформування потенційної аудиторії, слабке застосування реклами для залучення нових відвідувачів, неефективний маркетинг культурних установ. «Театри, концертні організації не ведуть роботу із глядачем» (Ю.Новіков).

Експерти, провели опитування, яке певною мірою дало пояснення, чому українські громадяни рідко відвідують театри, художні виставки, музеї, концерти класичної музики. Оцінювання дозволило назвати такі причини:

- Незадоволеність якістю культурного продукту;
- Відсутність вільного часу;
- Відсутність інтересу до високого мистецтва (театру, класичної музики, балету, живопису тощо);
- Незадоволеність змістом культурного продукту, нестача сучасних творчих рішень;
- Обмеженість або відсутність вибору;
- Матеріальна недоступність (дорогі квитки);
- Відсутність інформації, реклами про культурні заходи;

Можна зробити висновок, що думки експертів з приводу питання формування потреб сучасного населення у академічних видах мистецтва розійшлися, але практично всіх експертів об'єднала думка про те, що держава повинна проводити політику культурного виховання громадян, заохочуючи їх відвідувати культурні установи та заходи.

«Звичайно, державна політика має сприяти збільшенню частки населення, яка відвідує театри, художні виставки, музеї. Це залежить від загального виховання людей. Певна роль у цьому процесі належить школі, і ця роль полягає у популяризації високих зразків культури, більшого ознайомлення молоді з ними» (Л. Масенко).

«Завжди є вузький прошарок людей, які самі хочуть йти до культури. Але широку масу – треба виховувати, формувати її культуру, смаки, потреби, а іноді й підштовхувати. За радянських часів держава певною мірою стимулювала культурне життя, культурні потреби населення. Важливою складовою державної політики був розвиток мистецтва, спрямованого на дітей, юнацтво – дитячі театри, дитяче кіно, дитяча книжка... Зараз такої державної політики немає» (В. Фесенко). «Треба підняти престиж художніх виставок, концертів класичної музики, відвідування музеїв» (Л. Олійник)[4, с. 252].

ЛІТЕРАТУРА:

1. Геєць В.М. Соціогуманітарні складові перспектив переходу до соціально орієнтованої економіки в Україні / В.М. Геєць // Економіка України. – 2000. – № 1, 2. – С. 4–11, С. 4–12.
2. Гриценко О. Пророки, пірати, політика і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / О. Гриценко, В. Солодовник. – К.: “К.І.С.”, 2003. – 168 с.
3. Изард У. Методы регионального анализа / У. Изард. – М.: Прогресс, 1966. – 659 с.
4. Куценко В.І. Соціальна сфера регіону (стан і перспективи розвитку) / В.І. Куценко, Л.Г. Богуш, І.В. Опалєва. – К.: РВПС України НАН України, 1997. – 252 с.
5. Новіков В.М. Економічні та гуманітарні напрями розвитку соціальної інфраструктури: [монографія] / [В.М. Новіков, Н.М. Деєва, Г.А. Дмитренко та ін.]; за ред. В.М. Новікова. – Київ, 2011. – 511 с.