

7. Чэнь, Дунлинь. Прелюдия к открытости: «Четвертый трехлетний план» и его влияние на реформы и открытость / Дунлинь Чэнь // Журнал Национального музея Китая. – 2019. – С. 10–19.

Ли Чан, *соискатель*.
Научный руководитель – **М. М. Соколовская**,
кандидат культурологии, доцент

ФЕСТИВАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ БЕЛАРУСИ

В Беларуси приоритетные задачи в сфере культуры решаются преимущественно органами государственного управления, культурная деятельность осуществляется в соответствии с законодательством о культуре. В целях обеспечения максимальной доступности культурных благ и повышения их качества властными структурами реализуется сотрудничество с коммерческими организациями, а также индивидуальными предпринимателями (так называемое государственно-частное партнерство) [2]. В среднесрочной перспективе основные направления распространения и популяризации культуры планируется совмещать с решением такой актуальной проблемы, как развитие культурных индустрий [3].

Одним из аспектов культурной политики государства является организация и проведение культурных мероприятий, в том числе фестивалей (полномочия Министерства культуры Республики Беларусь, местных исполнительных и распорядительных органов). Посещение фестивальных показов является формой организации досуга, культурного отдыха населения. В настоящий момент государственный бюджет остается одним из основных и наиболее стабильных источников финансирования социокультурной сферы в целом. Вместе с тем выделяемые государством финансовые средства на развитие фестивальной деятельности окупаются не полностью. Дополнительным источником финансирования многих фестивалей, особенно международного уровня, являются доходы от предоставления ими платных товаров и услуг.

Фестивали Беларуси представлены в разнообразии форм и направлений. Международный пасхальный фестиваль прово-

дится Белорусской государственной академией музыки при содействии Министерства культуры и специального фонда Президента Республики Беларусь по поддержке талантливой молодежи. В 2017 г. фестиваль был удостоен специальной премии Президента Республики Беларусь.

В 2019 г. состоялся I Международный фестиваль хоров мальчиков и юношей «Lauda anima». В Беларуси международное фестивальное движение хоров мальчиков и юношей зародилось в 2006 г., когда на базе Белорусского союза музыкальных деятелей была сформирована Ассоциация руководителей хоров мальчиков и юношей. Менеджмент «Lauda anima» ориентирован на традиции проведения таких международных фестивалей, как фестиваль хоровой музыки, фестивали «Соловушка собирает друзей», «Нас яднае хор». Хор мальчиков Республиканской гимназии-колледжа при БГАМ участвовал в международном китайском фестивальном проекте «Неделя детского хорового пения в Чэнду – 2017».

Республиканский фестиваль национальных культур в г. Гродно, собравший на своих площадках все национальные меньшинства, проживающие на территории страны, организуется национально-культурными общественными объединениями при учреждении культуры «Республиканский центр национальных культур». Сложилась традиция проведения еженедельных летних фестивалей «Дни национальных культур» в г. Минске в Верхнем городе.

На территории музейного комплекса старинных народных ремесел и технологий «Дудутки» event-агентством «Берсерк» ежегодно проводится фестиваль средневековой культуры и быта «Наш Грюнвальд» – крупнейший в Беларуси фестиваль военно-исторической реконструкции. В его программу входит open-air концерт «Пир после битвы», в котором принимают участие folk и rock группы из Беларуси и других стран. График саундчеков (репетиции, настройка аппаратуры) координируется командой волонтеров. Одной из организационно-управленческих задач фестиваля является повышение степени информирования населения о проведении фестивальных мероприятий. Потенциально в пределах Минской области потребитель-

ский спрос на фестивали мог бы также удовлетворять парку-музей интерактивной истории «Великое княжество Сула».

Фестивальный проект «Международный джазовый фестиваль “JazzinMinsk”» организован Е. Владимировым, директором единственного в Беларуси джаз-клуба, совместно с продюсерским центром «JazzinMinsk» при поддержке Министерства культуры и Представительства ЮНЕСКО. Генеральным партнером ежегодного фестиваля выступает Республиканская конфедерация предпринимательства. Генеральным спонсором стала «Белорусская кожевенно-обувная компания “Марко”». Дополнительной формой дохода от фестиваля может стать реализация сувенирной продукции – футболки, кепки, сумки-шопперы, значки, брелоки с символикой бренда фестиваля. На фестивальных площадках оборудуются официальные места продажи альбомов исполнителей, распространяются документальные фильмы о прошедших фестивальных показах и др.

Современные фестивали искусств – важная составляющая индустрии культуры, к изучению которой, на наш взгляд, применим подход Ж. Бодрийяра [1]. В соответствии с его идеями, в местах проведения досуга широко распространяются предметы-китч. В обществе потребления китч представляет собой элемент массовой культуры. Для него характерна избыточность знаков, коннотаций, с помощью которых делается намек на социальный статус человека. Торговля такого рода предметами, в том числе и в пространстве фестивалей, становится одним из самых выгодных видов коммерции.

По Ж. Бодрийяру, существование культуры в качестве символической системы смыслов заменяется игровой и комбинаторной практикой культуры как системы знаков. Культура подчиняется конкурентному спросу на знаки, она производится в зависимости от этого спроса. Именно спросу, связанному с конкуренцией в сфере производства, соответствует содержание культуры. Диктуемый обществом потребления спрос имеет в виду культуру только как закодированный элемент социального положения. Существует «возможность особой социальной категории в любой момент при данном состоянии социальной структуры отличиться, отметить свой статус с помощью некой категории вещей или знаков» [1, с. 187]. Посещение

культурных мероприятий, таким образом, выступает как знак присоединения к абстрактной группе, виртуальной общности людей, которые также этими мероприятиями воодушевляются. Такое соучастие представляет собой эффект коммуникации массы. Присутствовать на фестивальном мероприятии – значит встать в один ряд с его организаторами и участниками. Смысловое наполнение фестиваля обладает здесь лишь дополнительным значением, является вторичной функцией. Фестиваль становится объектом потребления. Он вписывается в контекст всеобщего присвоения, как и другие послания, составляющие среду нашей повседневной жизни.

В свое время Т. Адорно высказывался о том, что художественное произведение все больше превращается в коммерческий продукт. Индустрия культуры, система товарно-денежных отношений в сфере благ культуры противоположны и, в конечном итоге, глубоко враждебны искусству.

Проблемой фестивального менеджмента Беларуси, по нашему мнению, является невысокий уровень финансирования инфраструктуры фестивалей. Доступ некоторых категорий населения к культурным благам, в первую очередь жителей сельской местности, ограничен. Слабо развиваются сложившиеся в мировой практике модели работы фестивалей: модель связи культура-туризм, модель продвижения бренда города, организующего фестиваль.

1. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. Е. А. Самарской. – М. : АТС, 2021. – 384 с. – (Эксклюзивная классика).

2. Кодекс Республики Беларусь о культуре от 20 июля 2016 г. № 413-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – № 31. – 2/2412.

3. О Государственной программе «Культура Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 янв. 2021 г., № 53 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2021.