

PARTICULARITĂȚILE MANAGEMENTULUI CULTURII

DANILCEAC OLEG, drd
Universitatea de Stat „B.P.Hasdeu” din Cahul

Abstract. *The transition has reached a point where the speed of transition to a genuine "market economy" depends decisively of management, management behavior, attitude towards change and managers view the change.*

In this article are displayed for analysis of some peculiarities of culture management or science on organizing cultural activities, as it was called before the discipline is the study of all the methods (forms, patterns) organization occurring in different societies and different historical periods within cultural events in their entirety and in some sectors of culture (theater, cinema, radio). The management objective in the sphere of culture and art lies in finding solutions (methods) appropriate organizational, which largely determines the effective social and cultural activity of the market economy. It follows that this science has two basic dimensions: cultural management as part of culturology, but modern management, which assume that talking about it when we have a system in which, through conscious human activity, we can organize, educate, and guide the spiritual development. It defines the space within which conditions can be achieved cultural creation and especially artistic forms, its implementation and perception of the general public.

Argument

Vechile discuții despre cultură continuă. Unii susțin o teză, alții alta, în fond dorind un singur lucru-ca domeniul culturii de azi să nu te lase indiferent [1].

În orice societate, de-a lungul istoriei, setea de cultură a fost inerentă unui cerc restrâns de oameni. Covârșitoarea majoritate a animatorilor culturali se poate lăuda cu trista performanță de a-i convinge pe cei deja convinși. Exclusivismul manifestat de posibilități implicați în cultură este determinat de faptul că ei sunt jigniți și descurajați, starea respectivă de spirit fiind persistentă. Desigur, periodic - de regulă, atunci când nu există alte teme de discuții - se organizează câte o dezbatere pe tema „Ce e de făcut?”, în care sunt invocate și arătate cu degetul, încă și încă o dată, familia, școala, societatea, presa etc. Printre oamenii de cultură rar gasești pe cineva care ar spune „Pentru slaba răspândire a culturii, primii vinovati suntem noi, oamenii de cultura”. Cu toate acestea, încă mai șocantă este cealaltă componentă a (non)promovării culturii-cea dedicată chiar publicului ei „fidel”, atât cât este acesta. De-a lungul timpului, mi-a fost dat să „asist” la „manifestări”. a caror organizare și promovare m-a uluit:

- Lansarea unei cărți, eveniment la care erau prezente circa 15 persoane. Culmea e ca, uzându-se de o relație personală, venise o echipă de televiziune, care însă n-a prea avut ce filma. Impresia și atmosfera erau triste rau de tot. Cât

de greu era ca fiecare colaborator al bibliotecii (dar nici măcar nu erau toți de față!) să-și aducă doi prieteni, iar autorul să vorbească personal cu câțiva jurnaliști tentați de problemele culturii? Țin să subliniez că, în ciuda impresiei că presa e aculturală, toate ziarele non-tabloide au pagini ori măcar rubrici de cultură, în care apare orice are cât de cât caracterul de știre.

- Deschiderea stagiunii și premiera unui spectacol admirabil. Mediatizare exclusiv locală, căci presa centrală n-a fost anunțată
- Numeroase concerte, spectacole dramatice ori coregrafice, la care prezența publicului era minimă și, plus la toate, asigurată exclusiv prin prietenie. Mi-a fost dat să aud: “Dacă știam că va avea loc spectacolul, veneam și eu...”

Am menționat aceste exemple cu convingerea că, în Moldova, economia administrată și-a pus o amprentă puternică pe managementul culturii. „Patul lui Procrust”, al planului unic de stat, caracterul politic al deciziilor, dezinteresul față de piață, de costurile și profiturile reale ale produsului cultural au influențat modul de gândire la toate nivelele manageriale. Tranziția a ajuns într-un punct, în care viteza trecerii la o veritabilă „economie de piață” depinde decisiv de management, de comportamentul managerial, de atitudinea față de schimbare și de viziunea managerilor asupra schimbării.

Într-o lume în schimbare, imobilismul managerial este mult mai costisitor decât însăși schimbarea, este sinonim cu izolarea, cu excluderea din „secolul schimbării”, indiferent ce „origine națională” ar avea el.

Criza de restructurare economică, socio-culturală, politică și morală prin care trece Moldova este cauzată, în principal, de lipsa pregătirii noastre practice pentru conducerea schimbării, adică de o amplă criză managerială. Oriunde este criză, coexistă pericolul și oportunitatea, șansa oferită de aceasta. De aceea, majoritatea instituțiilor de cultură sunt într-o stare de stress decizional [2]. Evitare a asumării responsabilității este principala trăsătură a comportamentului managerial actual. Dincolo de deosebirile de formă, dimensiune și obiect al activității, instituțiile de cultură au ceva comun: ele au nevoie de management.

Noțiuni introductive

Management

Managementul este o funcție profesională ce rezidă în a conduce, într-un context dat, un grup de persoane care are de atins un obiectiv comun, în conformitate cu finalitățile organizației din care fac parte.

Termenul Management [MÉ-NIGI-MENT] poate fi definit prin expresia “arta de a înfăptui ceva împreună cu alți oameni”.

Nu există o definiție general acceptată a „managementului” ca activitate, cu toate că definiția clasică este considerată încă cea dată de Henri Fayol „*Activitatea de management înseamnă a prevedea și a plănuți, a organiza, a dirija, a coordona și a controla*”[3].

Enunțul său general despre management rămîne din multe puncte de vedere, valabil și după nouă decenii și a fost adaptat de personalități recente. Totuși, majoritatea teoreticienilor în management și astăzi găsesc începuturile managementului la Frederic Taylor și la Henry Fayol, alții consideră ca au existat și înaintea acestora specialiști și practicieni care au pus în evidența elemente manageriale (R.Owen, Ch.Bobbage, etc). Sunt cercetători care împing istoria percepțelor manageriale pînă în Antichitate [4].

Funcții ale managementului

Din definițiile date managementului se pot deduce principalele funcții ale acestuia. Deși problema numărului și denumirii acestor funcții este în dezbaterile specialiștilor, în majoritatea lucrărilor axate pe această problemă se regasesc următoarele funcții [5]:

- **Funcția de previziune** cuprinde ansamblul acțiunilor, prin care se stabilesc obiectivele organizației pe termen scurt, mediu și lung, se formulează modalitățile de realizare a acestora și se fundamentează necesarul de resurse.
- **Funcția de organizare** cuprinde ansamblul acțiunilor, prin care se constituie sistemul conducător, sistemul condus și sistemul legăturilor dintre acestea.
- **Funcția de coordonare** cuprinde ansamblul proceselor prin care se armonizează deciziile managerului cu acțiunile subordonaților. Coordonarea are la bază comunicarea, ca modalitate concretă, prin care se realizează acțiunile acestei funcții a managementului.
- **Funcția de antrenare** reprezintă ansamblul acțiunilor, prin care un manager influențează activitățile colaboratorilor săi în vederea realizării obiectivelor stabilite, prin satisfacerea nevoilor ce îi motivează.
- **Funcția de control-evaluare** cuprinde ansamblul acțiunilor de evaluare operativă și postoperativă a rezultatelor organizației, a verigilor ei organizatorice și a fiecărui salariat, de identificare a abaterilor care apar de la obiectivele, normele, normativele și standardele stabilite inițial și a cauzelor ce le-au generat, precum și de adoptare de măsuri care să asigure eliminarea abaterilor, menținându-se echilibrul dinamic al organizației
- **Funcția profesională** Este o activitate profesională practică, pentru exercitarea careia sunt necesare cunoștințe și abilități specifice, tehnice și relaționale.

În raport cu alte funcții și profesii, funcția managerială are două caracteristici proprii:

1. Se exercită cu și asupra altor persoane (colegi, colaboratori, superiori ierarhic), deci nu este o meserie solitară;

2. Se învață nu numai în școală, fie ea și universitate de management, ci mai ales în practică.

De aceea, obiectivele unei formări manageriale – fapt valabil și pentru acest curs de formare la distanță –sunt:

- a-l ajuta pe student să dobândească și să-și îmbunătățească cunoștințele, tehnicile de lucru și competențele relaționale;
- a-l determina pe student să conștientizeze și să valorizeze propria experiență practică.

Funcția organizațională care asigură desfășurarea activităților într-un mod eficient și urmărește obținerea nivelului maxim de rezultate prin folosirea optimă a resurselor. Activitatea de management poate fi referitoare la echipe sau la procese. Resursele pe care, în principal, le are la dispoziție un manager sunt: timpul, talentul, resursele financiare și resursele umane. Management este și denumirea data echipei de manageri a unei organizații.

Cultură

Cultura este un concept complex, una dintre cele mai complicate noțiuni, toate trăsăturile specifice, spirituale, materiale, intelectuale sau afective, care caracterizează o societate sau un grup uman. Cultura include, în afară de artă și literatură, modul de viață, drepturile fundamentale ale omului, sistemul de valori, tradițiile și religiile [6].

Definirea și evaluarea artei a devenit problematică mai ales de la începutul secolului XX. Richard Wollheim face distincție între trei moduri de acces: realist, unde calitatea estetică este o valoare independentă de orice punct de vedere uman; obiectivist, unde calitatea estetică este deasemenea o valoare absolută, dar dependentă de experiență umană generală; și poziția relativistă, în care calitatea estetică nu este o valoare absolută, dar depinde de, și variază cu experiența umană a diferiților indivizi [7].

Așadar, Arta ca activitate este un sistem de acțiuni de formare-dezvoltare a culturii personalității, de influențare conștientă, orientată și reglată către anumite finalități, rezultă cu necesitate și existența unei abordări explicite a conceperii, organizării, coordonării, evaluării, optimizării continue a elementelor procesului cultural. Or, acesta devine chiar domeniul de studiu al managementului artei, văzut și ca teorie, și ca practică, și ca știință și artă.

Evoluția teoriilor și modelelor manageriale reflectă drumul spre maturizarea conceptuală și aplicativă, spre posibilitatea clarificării extinderii conceptului și în domeniul artei, de la adoptarea conceptului inițial și dominant economic la cel cultural.

Managementul artei are o sferă largă, conturându-se posibilitatea analizei procesului și a altor sisteme din domeniul culturii (profesioniști, amatori), în vederea abordării globale și specifice a succesului în atingerea finalităților (ideal, scopuri, obiective).

Relația management – cultură

Din punct de vedere social, dar și sub aspect managerial, fiecare cultură își definește în timp propriul său mod de structurare instituțională, ea își formează un ansamblu original de unelte culturale, legate între ele prin relații specifice, guvernate de scopuri și principii organizatorice proprii, alcătuind „direcții de valorizare” [8], așa cum le numește Dimitrie Gusti.

În rândul specialiștilor există aprecierea cvasi-unanimă, potrivit căreia managementul este, înainte de toate, o disciplină economică de sinteză. Totuși, în ultimele decenii el se angajează tot mai pregnant în domenii de activitate situate dincolo de limitele economicului. Pe acest fond este vizibilă interacțiunea managementului cu fenomenul cultural fie în cadrul corporației transnaționale (organizație cu profil economic ce are filiale în alte țări), adică în culturi diferite, fie în cadrul instituției culturale (unitate producătoare de valori culturale și/sau specializate în difuzarea acestora).

Managementul instituției culturale constă în direcționarea organizației de profil cultural către o anumită finalitate – producerea de valori estetice, artistice, morale, spirituale, difuzarea, promovarea acestor valori, protejarea și punerea în circulație a patrimoniului cultural. Astfel pus în slujba cetățeanului, managementul se angajează în domeniul unei creativități sistematice și în atingerea unor obiective de o altă natură, diferite de cele prezente în sfera economicului. El devine astfel un determinant, în timp ce cultura apare ca produs al acțiunii.

Aflate în complementaritate, o infuzie de management științific în cultura organizată instituțional poate induce la o serie de influențe, precum:

- a) Creșterea gradului de raționalitate a unor decizii
- b) Ordonarea și disciplinarea efortului solidar
- c) Asigurarea unui climat organizațional performant
- d) Descătușarea forțelor creatoare latente
- e) Impulsionarea dezvoltării fenomenului cultural
- f) Alocarea judicioasă a resurselor.

Managementul 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. Veritabila afirmare a domeniului în spațiul nostru abia începe să se impună [9].

Managementul cultural ca parte a culturologiei, dar și a managementului contemporan, pleacă de la premisa că discutăm despre el atunci când avem un system, 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.

Obiectul managementul cultural sau al științei privind organizarea activităților culturale, cum s-a numit înainte această disciplină – 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). Cum obiectivul managementului în sfera culturii și artei este descoperirea soluțiilor (a metodelor) 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:

1. analitic descriptivă (descrierea și cercetarea formelor și metodelor existente de organizare)
2. de proiectare/modelare (dezvoltarea și descoperirea unor noi forme și modalități, mai adecvate de organizare)

Aceste două dimensiuni ale managementului cultural se întrepătrund și se completează. Principalele obiective ale managementului cultural sunt următoarele:

1. conceperea sistemului vieții culturale, care pleacă de la o anumită politică culturală, modelarea organizatorică a sistemului în interiorul unei țări sau a unei comunități;
2. planificarea dezvoltării culturale ce presupune stabilirea scopurilor, priorităților și a metodelor de realizare a politicii culturale;
3. conceperea sistemelor de parteneriat;
4. realizarea infrastructurilor unor instituții de cultură, precum și coordonarea și organizarea activităților din interiorul acestora;
5. organizarea procesului de producție (managementul proiectelor a unei opere de artă, în interiorul instituției de cultură sau independent);
6. organizarea procesului de difuzare a culturii;
7. managementul produsului;
8. în plan general, instituirea formelor și metodelor de colaborare culturală internațională.

Aceste opt obiective ale managerului în domeniul cultural presupune diverse grade de instruire și competență.

Artistul nu are nevoie doar de materie primă, această diferă de la blocul de piatră pentru sculptor până la o simpla foaie albă pentru scriitor, ci și de un spațiu de desfășurare, o platformă unde să își poată exprima și expune ideile în deplinătatea acestora [10]. Mai mult de cât atât, artistul are nevoie de un anumit cadru legislativ, care să îi garanteze drepturile și siguranța păstrării și respectării produsului artistic. Arta este comunicare prin simbol. Pentru a ajunge la receptor are nevoie de canale de difuzare, fie aceasta mass-media de tip clasic sau spațiul virtual. Artistul are nevoie de promovare. Uneori acesta nu are nici timpul, nici capacitatea necesară să se ocupe de mecanismele din jurul produsului cultural. Aici intervine managerul cultural. Managementul cultural este o ocupație interdisciplinară, care nu se găsește în nomenclatorul meseriilor, însă care pregătește profesioniști capabili a se implica în

diverse domenii de activitate, fie ele în spațiul administrativ-juridic (Ministerul Culturii, centre culturale etc.), în spațiul comercial (galerii de artă private, cluburi etc.), ori în spațiul non-guvernamental (ONG-uri).

Managerul cultural este un mediator, un intermediar, care înțelege profunzimea actului creator, dar care este conștient de faptul că acel produs artistic poate și trebuie să devină un bun public, și acționează în folosul acelui produs artistic fără a-l denatura. Republica Moldova duce lipsă de un asemenea personal, chiar și din simplul motiv că nu s-au implementat programe universitare, care să se ocupe intens cu acest domeniu de activitate.

Politici culturale în Moldova

Pe plan mondial arta și cultura se bucură de legislații generoase, prin tratatele UNESCO, iar Uniunea Europeană are faimosul art. 151 pentru garantarea acestora [11]. Problema intervine pe plan național.

În cadrul proiectului pilot intitulat “Viziuni de viitor: politica culturală a Moldovei de la schimbări la viabilitate”, lansat de Fundația SOROS Moldova în colaborare cu Fundația Culturală Europeană din Amsterdam, au fost organizate multiple activități, printre care și cinci dezbateri publice ce au avut drept scop elaborarea unor viziuni de viitor asupra politicii culturale a Moldovei, propuneri și măsuri practice de dezvoltare a sectorului cultural. Acest proiect a cristalizat cinci probleme strategice naționale cu care se confruntă sistemul cultural în Moldova:

1. Descentralizarea actului cultural și asigurarea accesului egal al populației la valorile culturale;
2. Protejarea și dezvoltarea patrimoniului cultural. Păstrarea identității culturale;
3. Reformarea coraportului Stat – Cultură;
4. Participarea sistemului cultural la soluționarea problemelor comunității
5. Finanțarea Culturii: sporirea și diversificarea surselor de finanțare.

Analiza și compararea dilemelor europene și a problemelor strategice ale Republicii Moldova oferă experților din domeniul culturii posibilitatea de a elabora o analiză SWOT a politicilor culturale la nivel național, regional, european. Este importantă constituirea unui grup de profesioniști traineri/experti care va asigura desfășurarea unui program de instruire și consultanță pentru administratorii culturali din teritoriu și managerii din domeniile decizional, organizatoric, planificare strategică, colectare de fonduri etc. la etapele următoare ale programului [12].

Printre problemele generale cu care se confruntă politicile culturale în Moldova pot fi evidențiate:

- Lipsa programelor de training pentru manageri și specialiști în domeniul politicilor culturale
- Lipsa centrelor de cercetare culturală regională
- Absența dezbaterilor deschise pe teme importante, cum ar fi privatizarea culturii, legislație culturală, regionalizare

- Lipsa coalițiilor in domeniul culturii în societatea civilă
- Dependența financiară a organizațiilor nonguvernamentale din sectorul cultural
- Vizibilitate slabă, izolare
- Afaceri din domeniul culturii slab dezvoltate

Ar fi ideală constituirea unei comunități de profesioniști în domeniul cultural, specialiști cu o profundă înțelegere nu numai față de cultura așa-zisă înaltă, ci și față de managementul culturii sub toate formele sale – o clasă de profesioniști cu instrumentele necesare înțelegerii proceselor socio-economice și cultural-politice actuale.

În spațiul european, managementul cultural funcționează în principal pe baza definiției culturii ca rezultat al artelor. Din păcate, această disciplină nu se poate studia la modul aprofundat în Moldova.

Cine sunt agenții culturali?

În sens larg, toate persoanele sau grupurile de persoane, fie ele oficiale sau nu, cu existența recunoscută și reale contribuții la viața culturală a comunității, pot fi considerați agenți culturali.

În sens restrâns, sunt agenți culturali, entități, de regulă, instituționalizate (teatre, muzee, organizații de creatori, fundații, asociații culturale, televiziuni, ziare etc.), având ca principală menire producerea de valori culturale difuzarea, circulația acestora în societate și în lume, precum și protecția, finanțarea și susținerea culturii.

Altfel spus, agentul cultural reprezintă veriga de bază a macrosistemului cultural existent în cadrul unei entități național – statale.

O clasificare a agenților culturali s-ar putea realiza în funcție de contribuția fiecăruia la edificarea fenomenului cultural.

- Producători de bunuri și servicii culturale (biblioteci, teatre, muzee...)
- Consumatori de cultură (publicul, mediile culturale...)
- Difuzorii (furnizorii) de cultură (școlile, librăriile, instituțiile de spectacol, radioul, cinematograful, televiziunea)
- Furnizorii de fonduri pentru cultură (statul, sponsorii, organizațiile internaționale specializate)
- Administrațiile culturale (ministerul, inspectoratul, oficiile)
- Agenții culturali extrateritoriale (cei care promovează în afara spațiului geografic specific culturii respective)

Un alt criteriu de clasificare ar fi sfera culturală în care se desfășoară activitățile interne ale organizației:

- Cultură scrisă (editură, tipografie, difuzori de carte...)
- Artele vizuale (expozițiile, galeriile de artă, casele de producție cinematografică etc.)
- Instituțiile de spectacol (teatrul, opera, filarmonica...)

- Agenții din sfera protecției, punerii în valoare a patrimoniului cultural (muzee, restauratorii de opere de artă).

Se poate spune că agenții culturali întrunesc o serie de trăsături definitorii:

- Sunt profund interesați, în urma acțiunilor și deciziilor lor, de o finalitate preponderent spirituală, estetică, artistică.
- Au un „dialog” consistent cu comunitatea umană din care fac parte și cu reprezentanți ai altor culturi.
- Sunt specializați în realizarea, promovarea și difuzarea produselor și serviciilor culturale proprii.

Managementul calității

reprezintă activitatea de management în direcția dezvoltării și implementării unui set de reguli și instrumente ce formează sistemul de management al calității și care are ca scop asigurarea nivelului dorit de calitate pentru produsul companiei. Managementul calității are trei componente principale:

- controlul calității;
- asigurarea calității;
- îmbunătățirea calității.

Conflictul în management

Abilitatea de a gestiona un conflict, astfel încât el să rămână un conflict de idei, fără să devină un conflict emoțional. Managementul conflictelor este procesul de planificare pentru evitarea conflictelor atunci când este posibil și de organizare pentru rezolvarea conflictelor cât mai rapid și cu cât mai puține efecte negative atunci când ele au apărut. Noțiuni legate: Rezolvarea conflictelor este demersul care are ca scop încheierea unui conflict pe baza negocierii între părțile conflictului. Transformarea conflictelor reprezintă procesul de re poziționare a părților în scopul obținerii de rezultate diferite.

Managementul performanței

Un proces de evaluare continuă a performanțelor la nivelul organizației, al echipelor și individual în funcție de indicatorii de performanță prestabiliți și folosirea rezultatelor acestei evaluări pentru atingerea constantă a obiectivelor propuse.

În pofida dezacordurilor ce au existat de-a lungul timpului între cultură și management, începând cu anii 80 ai sec.XX literatura de specialitate abundă în lucrări ce scot în relief dimensiunea economică a culturii, dar și interfața culturală a economicului, în general, și a managementului, în special. Concomitent, se relevă tot mai pregnant tendința unităților culturale de a-și organiza activitățile proprii pe baze asemănătoare cu cele din economie. Chiar dacă orientarea de bază a acestor entități vizează realizarea de valori în sens cultural, în plan secund obținerea de venituri

financiare și gestionarea problematicii proprii, de exemplu, constituie preocupări pe cât de necesare, pe atât de stimulative.

Prin natura lor, problemele conducerii instituțiilor culturale-tărâm de intersecție intimă a managementului și culturii-demonstrează că aceste unități, dincolo de finalitățile specifice, sunt, în linii mari, inerente tuturor organizațiilor. Ele au o structură organizatorică distinctă, un proces intern specific, folosește resurse proprii și atrase (input-uri) realizează „produse” și „servicii” culturale (output-uri) în promovarea cărora sunt ele interesate și specializate etc.

Sistemul instituțional construit și dezvoltat în cultură constituie un instrument complex, utilizat de către o comunitate umană dată, pentru rezolvarea unor probleme concrete și specifice, determinate de necesitățile de ordin spiritual.

Așadar, unitatea culturală nu poate ignora, decât cu grave riscuri, conceptele, paradigmele simbolice și raționamentele calitative care alcătuiesc corpus-ul științei managementului. Într-o cultură organizată instituțional managementul devine o cerință funcțională, o condiție indispensabilă, pentru că acel sistem să poată supraviețui și să funcționeze.

Iată de ce astăzi managementul este reprezentat tot mai des, ca un proces complex „de pilotare” a organizației în ansamblul său către o finalitate care să minimalizeze efortul și maximizeze rezultatul.

Rolul său de vector al acțiunii umane și, în plan mai larg, al dezvoltării și prosperității generale este astăzi pe deplin validat și recunoscut.

În esență managementul este conducerea științifică, în realitate, însă, el înseamnă mult mai mult și de aceea depășește înțelesul restrâns de administrare, de îndrumare, antrenare etc. E poate chiar suma tuturor acestor noțiuni. El a devenit, și va rămâne pentru multă vreme, evenimentul esențial al istoriei omenirii, instituția dominată care definește reperele dezvoltării economico - sociale viitoare.

Creșterea gradului de profesionalism în conducere, indiferent de câmpul socio – economic unde acesta este chemat să se manifeste, reprezintă una din liniile de forță ale dezvoltării generale actuale.

Peter F. Drucker sublinia „Managementul în forma sa actuală a apărut, într-adevăr, mai întâi în marile organizații economice. Ne-am dat, însă, curând seama că managementul este necesar în toate organizațiile moderne, indiferent dacă acestea sunt sau nu economice. De fapt, am realizat că acesta este mai necesar cu atât mai mult în organizațiile ce nu au un caracter economic, precum cele care nu urmăresc profitul financiar (așa – zisul sector social, sau în instituțiile de stat. Ele au nevoie de management tocmai pentru faptul că nu sunt supuse disciplinei impuse de câștig și pierdere”.

Dreptul la cultură – drept inalienabil al omului

Definirea „dreptului la cultură” ca unul dintre drepturile inalienabile ale omului apare în câmpul reflecției teoretice abia după cel de-al doilea război mondial. În diferite societăți lupta pentru realizarea dreptului la cultură a dobândit un cu totul alt înțeles și o altă formă de a lupta pentru o educație general – culturală, și pentru pentru

dreptul elementar la educație, mai ales pentru femei, în țările africane și asiatice, continuând cu cea pentru crearea posibilităților de exprimare în limba propriului grup etnic și în granițele propriei tradiții culturale până la lupta pentru o liberă exprimare creativă, neîngrădită de canoane, de bariere ideologice, de idei religioase. Aceasta din urmă se referă, mai ales, la țările încă socialiste, în care artiștii au fost supuși la cea mai drastică cenzură și autocenzură. În țările vestice lupta pentru realizarea dreptului la cultură a presupus ameliorarea presiunilor exercitate de factori economici, care împiedicau participarea la viața culturală.

Dreptul la cultură, deși prevăzut în constituțiile statelor și în alte documente internaționale ale O.N.U, în convențiile UNESCO, nu este pus în totalitate în practică în nici una din țările lumii și întotdeauna se vor găsi soluții juridice mai adecvate și instrumente mai bune ale politici culturale, prin care se vor diminua inegalitățile, iar diversitățile se vor aprofunda.

Politica culturală a unei țări trebuie să țină cont de toate aceste aspecte ale vieții sociale și să găsească instrumente adecvate care, prin strategii potrivite și o implementare eficientă, să asigure dreptul la cultură tuturor cetățenilor.

Instituția de cultură

Instituția culturală este principalul agent cultural care acționează în cadrul marilor comunități socio – umane moderne, este „organismul” ce materializează forma specifică de structurare a unor raporturi sociale de factură deosebită reprezintă o entitate organizatorică relativ simplă, de regulă specializată în combinarea „factorilor de producție culturală” și are ca principală funcție realizarea și /sau propagarea de bunuri și servicii (valori) destinate satisfacerii necesităților de ordin cultural – artistic.

Reperetele definiției ale unei organizații culturale sunt:

- grupul de oameni împreună cu sistemul tehnico-material și cu întreg mecanismul de finanțare
- ansamblul scopurilor relative sau finalitatea spirituală artistică, estetică...
- statutul juridic prin care i se stabilește rolul și cadrul esențial
- prin prisma teoriilor cunoscute până în prezent, instituția de cultură, ca orice organizație de altfel, poate fi analizată în diferite variante.

Posibilă ca un sistem socio-uman deschis ce se dezvoltă în cadrul unui ansamblu de relații cu numeroase alte entități din mediul său: eșalonul superior și unitățile socio-culturale cu care se află în contact, sponsori, furnizori, clienți, publicul, mediile culturale, elitele, mass media etc. Între organizație și mediul său are loc un intens și permanent schimb de oameni, idei, fonduri, bunuri materiale etc. Dimensiunea preponderent operațională a unității de cultură determină, înainte de toate o conduită flexibilă și adaptabilă, iar în al doilea rand-o continuă preocupare pentru autoreglare a întregului sistem în funcție de finalitatea sa principală: valoarea de ordin spiritual, estetic, artistic și circulația acesteia în societate.

Privită ca structură organizatorică, instituția de cultură prinde contur în funcție de obiectul său de activitate și de natura proceselor sale interne. Funcționalitatea unei instituții de cultură este profund influențată de configurația sa organizatorică, de relațiile stabilite între compartimente și, nu în ultimul rand, de calitatea managementului.

Nevoia acută de flexibilitate impune deseori proiectarea unor intervenții organizaționale, menite să sprijine procesul intern și /sau pe cel de adaptare la mediu. Structura organizatorică reprezintă „anatomia” internă a unei entități culturale, „arhitectura” sa interioară și, totodată, unul din principalele instrumente manageriale, menit să susțină efortul convergent care vizează atingerea obiectivelor prestabilite.

Privită ca agent, dat fiind caracterul operativ al activităților curente, unitatea de cultură reprezintă un instrument de realizare a scopurilor social-culturale care îi compun misiunea, rațiunea existenței sale. Orientată către o finalitate, organizația culturală este profund interesată în a selecta, prin forul său decizional și volitiv, managementul, cele mai judicioase și mai adecvate mijloace pentru atingerea țelurilor sale.

Oricare agent cultural este în o „invenție” socială, care permite omului de cultură să-și exprime vocația și creativitatea în mod plener, contribuind la îmbogățirea patrimoniului de valori spirituale și la circulația acestora în societate.

Scopurile instituției de cultură sunt marcate de o bipolaritate evidentă. Pe de o parte, finalitatea sa preponderent estetică, artistică, spirituală, morală etc. și, pe de altă parte, aspectele de ordin material ce țin de supraviețuirea organizației ca entitate, de realizarea unor venituri, de gestionarea resurselor etc. Din acest unghi organizația de cultură reprezintă un hibrid în care se împletesc preocupările de ordin estetic, artistic, spiritual etc. cu cele de natură economică. Prin specificul său această simbioză solicită un management bicefal, „dominat de cele două mari categorii de comandamente” (scopuri principale).

REFERINȚE:

1. Apostol Veniamin. “Aspecte ale contemporanității”
2. Doina Catana. Management general. Editura Tipomur Târgu Mureș, 1994
3. Gerald A. Cole, 2006, Management teorie și practică, pag 6
4. Concepte de bază privind managementul, editura economică, 2003
5. Cursul de Management de la Vertical 4 după Luther Gulick – “Notes on the Theory of Organization”
6. Conferința Mondială UNESCO despre politica culturală, orașul Mexico, 1982
7. Bruce Vermazen, Richard Wollheim Remembered
8. Gusti D. – Opere, vol. III, partea I, Editura Academie Bue 1970
9. Our creative diversity, UNESCO, Paris 2005
10. „zHona” Brașov, iunie 2009, pag.35-36
11. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0124+0+DOC+XML+V0//RO>
12. <http://arsdor.wordpress.com/2009/02/20/situatia-actuala-in-politicile-culturale-ale-rep-moldova/>