

Достъп до култура. Предизвикателства пред образованието по култура

Културата е понятие, което съвременният политически свят преосмисля, разширявайки както границите, така и стойността и значението му за развитието на социума. Организацията за образование, наука и култура към ООН – ЮНЕСКО дава следната дефиниция, според която културата е специфично множество от отличителни духовни, материални, интелектуални и емоционални черти на дадено общество или обществена група, обхващаща освен изкуството и литературата, начина на живот, формите на съжителство, ценностните системи, традициите и вярванията. Съгласно действащото българско законодателство с „понятието култура“ се определя „дейността по създаването, проучването, разпространението и опазването на културните ценности, както и резултатите от тази дейност“. На тази основа, както и в резултат на различни интерпретации и съществуващи концепции може да се възприеме, че културата представлява също така сбор от материални и духовни ценности, създавани през различните години и епохи, както и в момента, от човека и за човека. Тя е негово сътворение и е продукт на човешката мисъл и на човешките усилия.ⁱ

Културата има съществена роля в създаването и сформирването на идентичност и силно въздействие върху насърчаването, разбирането и развитието на солидарността, както в рамките на отделните общности и държави, така и между европейските и останалите световни общности. В тези си качества и функции развитието на културата се разглежда като съществен фактор за развитие и укрепване на демократичното национално общество и присъства като основен приоритет, заедно с опазването на културното наследство в изграждането на обобщоевропейската стратегия за развитие на културата. Разпоредбите и решенията, както и препоръките относно културната политика на ЕС са разписани в редица доклади на Комисията по култура на ЕС. Според Конвенцията на ЮНЕСКО, 2005, чл. 13 „Държавите - страни по конвенцията, се стремят да интегрират културата в собствената си политика на развитие на всички нива с цел да се създадат благоприятни условия за устойчиво развитие и да се обърне особено внимание на аспектите, свързани с опазването и насърчаването на многообразието от форми на културно изразяване.“ⁱⁱ

Освен изброеното, на културата отдавна се гледа като на фактор с „добавена стойност“, защото заема съществено място в индустрията. И въпреки, че всички културни направления все още се нуждаят от подпомагане и дотиране, печалбата от тяхната дейност съвсем не е пренебрежима в сформирването на брутният вътрешен

продукт и на Европейския съюз и на всяка от неговите страни-членки, вкл. и Българияⁱⁱⁱ. В Националната стратегия за развитие на творческите индустрии в България културния сектор е определен като един от най-динамично развиващите се. В творческите предприятия към 2020 г. работят 8% от заетите и създават около 10% от brutния вътрешен продукт. Това е знак за висок потенциал на сектора, чието развитие влияе положително на българската икономика. Европейската стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж („Европа 2020) поставя на първо място сред силните страни на Европа „таланта и креативността“ на европейските граждани. Зелената книга „Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии“ на ЕК посочва потенциалния принос на творческите индустрии във водещи инициативи на стратегията „Европа 2020 – „Съюз за иновации“, „Програма в областта на цифровите технологии“, „Програма за нови умения и работни места“ и др.^{iv} Културните и творческите индустрии се характеризират с двойно естество – икономическо, поради приноса им за икономическото развитие по отношение на заетостта, икономически растеж и създаване на блага, но и културно, благодарение на дейностите, допринасящи за социалната и културна интеграция на гражданите в обществото, като участват в насърчаването на ценностите и културните идентичности, както и в създаването на европейско културно наследство, играят ключови роли в световните вериги за създаване на стойност, поощряват иновациите, осигуряват добавена стойност като фактор за социалното сближаване и служат като ефикасно средство в борбата срещу настоящата рецесия.^v

Развитието на културата и връзката и с обществото е критерии, който определя качеството на живота, създава условия за постигане на високи стандарти и усещане за пълноценно съществуване и изразяване. Пазарните отношения и правилата на индустрията променят изискванията както към творците, така и към институциите, които създават изкуство, независимо дали принадлежат към държавния или т.н. независим сектор. Културната политика се състои в това да определи приоритетите в развитието на културата, да изгради стратегия за целево развитие, да гарантира свобода на творчеството и защита на правата на творците, да създаде за населението качествени условия за достъп до култура, да гарантира ангажираността на културните институции и творците в обществен и социален живот. Ако културата и изкуството се възприемат като част от индустрията и ролята им не е без значение за икономическия и социалния растеж, то тогава в кохерентната връзка между култура и икономика застава неизменно образованието, чиято роля е възлова не само в повишаване на качеството на живот, но и в провеждането на всяка културна политика.

Достъп до култура и участие в култура

Всеки човек има право свободно да участва в културния живот на обществото, да се наслаждава на изкуствата, да участва в научния напредък и да се ползва от неговите достижения.^{vi}

Достъп до култура означава - способността, правото и разрешението за достъп и използване на произведения на изкуството и културата, и на културни институции. Достъпът до културата се разбира като възможност да се възползвате от културната оферта, докато участието в културата предполага потреблението на различни културни стоки и услуги от широката общественост. Всяко обсъждане на достъпа до култура трябва да обхваща области като финансови средства и публични разходи, социална интеграция, умения и образование, географска и социална изолация, права на малцинствата, културни права и свобода на изразяване. Всичко това оказва влияние върху достъпа и потреблението на култура и е потенциална бариера пред широкото участие на обществеността в богат културен живот.^{vii}

Има терминологично объркване около понятията за достъп и участие в културата, два аспекта, които са тясно свързани. Достъпът до култура се свързва само с ресурсите, финансови до голяма степен и институционални. Свободата и възможността за достъп не гарантират използването на културни дейности, продукти и услуги.^{viii} Достъпът в голяма степен е пасивно условен, с което държавата се ангажира, в което се очаква да инвестира. Осигуреният достъп е обективен фактор, който обединява всички ресурси на държавата и е важен фактор за сформирание качеството на живот. Той, обаче, изключва субективния фактор, който се определя от мотивацията и желанието за участие в културния живот и потребление на произведения на изкуството. От една страна участието зависи от условията за достъп, но от друга условията за достъп не са гарант за участие, защото отношението и интересът към изкуството и културата са субективни фактори, които се сформират, определят и управляват от множество условия като семейна и социална среда, образование и едва тогава от икономически и финансови условия.

Основната причина за неучастие в културния живот, посочена в изследване на Евростат за 2019, е липсата на интерес. 39.9% от интервюираните не посещават културни институции /библиотеки, изложби, книжарници и др./, 38.6% не ходят на кино и 37.6% не посещават театрални спектакли. Финансовите причини са втората декларирана причина за липсата или за ниското ниво на участие в културния живот – 18.4% от хората не посещават културни обекти, 16.9% не ходят на кино и 16.9% не посещават театър

/сценични искусства/. Напълно е възможно тази причина да е посочена и от престижно-социални оправдателни причини – истината да е, че определен индивид няма желание и интерес, но някак си по-малко уязвимо да му се струва да сподели, че е от липса на финансови ресурси. Третата посочена причина, и това е навярно по-автентичната такава, е липсата на отношение или съпричастност към каквито и да е културни произведения, събития и институции - средно 7% от възрастното население е в тази група. За България статистиката сочи, че средно 25% от възрастното население не посещава културни събития и институции поради липса на интерес, средно 17% по финансови причина, 10% от хората са в третата група – не изпитват каквато и да е близост или съпричастност, в това число и необходимост от култура и изкуство. В същото време средно 48% от населението между 16 и 74 години използва ресурсите на интернет за досег с културно съдържание - като музика и видео. (Eurostat – Culture Statistics 2019 Edition)^{ix} Интернет съдържанието създава т.н. пасивен потребител, за който в много голяма степен всичко в мрежата се превръща в културно съдържание, в това число клипове, игри, визуални материали и т.н. Същото се отнася и за ползващите само телевизионно съдържание като източник на култура и изкуство.

Тази статистика видимо отваря въпроса за значимостта на достъпа до култура и корелацията с необходимостта и интереса. Ако държавата се ангажира с достъпа, може ли да пренебрегне липсата на интерес, при положение, че това статистически е по-голяма предпоставка за неучастие? Възможно ли е създаването на интерес и съучастие да се превърне в приоритет на институциите, но не в смисъла на пазара, който се занимава с привличане на публики, а в посока на специфични промени в образованието, което да доведе до естествено по-високо отношение към културата и изкуството и пълноценно неформално използване на ресурсите или т.н. достъп?

В доклада на Европейската Комисия по култура и образование от 13. 04. 2011 относно "Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии", в областта „Образование, обучение и повишаване на осведомеността“ са отбелязани и подчертани активности и приоритети, които са съществени за осигуряване на демократичен достъп до култура чрез образование:

8. насърчава както държавите-членки, така и Европейската комисия да поощряват образованието в областта на изкуството и културата (при поставяне на особен акцент върху креативността) на всяка възраст, от начално до висше и/или професионално образование, и развиването на творчески и предприемачески умения, включително чрез

обучение през целия живот, по-специално предвид неговата функция за повишаване на осведомеността за креативността и обучението за правилно използване на информационните и комуникационните технологии и зачитане на правата върху интелектуалната собственост;

9. подчертава предимствата на обучение, съвместяващо от една страна теоретичното познание на историята на културата и техниката, а от друга страна – приложното художествено творчество и управлението на културните активи в предприятия, ателиета и др., така че да се увеличат уменията едновременно в теоретичен и практически аспект;

10. подчертава значението на образователните програми, които акцентират върху професионалното обучение, развитието на идеи и повествования, електронните умения, техническите, предприемаческите и маркетинговите умения, включително използването на социални мрежи, както и уменията на работниците;

11. подчертава потенциала на тясното сътрудничество и диалога между културните и творческите индустрии, университетите, научноизследователските центрове, художествените училища и школи за осигуряването на съвместни програми за обучение и възможности за учене през целия живот;

12. припомня на Комисията и на държавите-членки нуждата от спешно признаване на професионалните квалификации в областта на културните и творческите индустрии, с цел насърчаване на мобилността на учащите се и на преподавателите, както и за по-нататъшно развитие на възможностите за учебни стажове в работна среда за хората на изкуството и творците;

13. приканва Комисията да се обърне към държавите-членки, за да се допълни рамката на взаимно признаване на дипломите за професионална квалификация и на програмите на обучение, по-специално във връзка с новите компетентности, които се изискват от сектора на културните и творческите индустрии;

14. призовава Комисията да насърчава съвместни научни изследвания и програми за партньорство между културните и творческите индустрии и сектора на образованието и обучението, включително продължаващото професионално обучение, за да се дадат на гражданите креативни и межкултурни компетентности, да се улесни прилагането на нови техники и нови творчески инструменти в учебния сектор, да се насърчава обучението през целия живот, по-специално чрез Европейския социален фонд, предвид

множеството технологични промени в този сектор, както и да се насърчават иновациите в културните и творческите индустрии чрез научни изследвания и образование;

15. приканва държавите-членки да насърчават провеждането на обучения по управление, бизнес и предприемачество, предназначени по-конкретно за специалистите от културните и творчески индустрии, за да им се осигурят умения за комуникация и предприемачество, които са необходими в непрекъснато променящата се социално-икономическа среда; изтъква положителния опит от обучението и управлението в аудиовизуалния сектор по линия на програмата „Медия“ и се надява на програмата „Култура“ също да се предоставят подобни инструменти;^x

Културата може да се разглежда като умение за придобиване. Препоръката на Европейския парламент и на Съвета има за цел да засили ключовите компетенции, необходими в глобализирания свят. Определени като умения, знания и нагласи, полезни за постигане на лична реализация през целия живот в работата и обществото, ключовите умения включват културно осъзнаване и изразяване. Текстът определя културното осъзнаване и изразяване като оценка "на важноста на творческото изразяване на идеи, преживявания и емоции в редица медии, включително музика, сценични изкуства, литература и визуални изкуства". Европейска референтна рамка, приложена към препоръката, определя културната осведоменост и изразяване като последната от осемте ключови компетенции. Компетентността обхваща осведомеността за регионалното, националното и европейското културно наследство и неговото място в света. Идеята е да се познават основните културни произведения, като литература, музика, сценични и визуални изкуства, през вековете до съвременността, могат да насърчат социалното сближаване, като осигурят обща културна основа, поощряят хората да развият способност за оценяване на естетики и творческо изразяване на идеи, както и да им даде възможност да развият чувство за равенство, толерантност и уважение към различните. В изброените препоръки, мястото, което заема образованието по изкуство, извън професионалното, е насочено към създаването на личности с творческо, аналитично и критично мислене, обръща особено внимание на съществения диалог и сътрудничеството между културните и образователните институции.

През последното десетилетие изцяло променихме начинът, по който се отнасяме към създаването произведенията на сценичните изкуства, връзката им с публиката и тяхното разпространение. Спектаклите са „проекти“^{xi}, или „творчески продукт“^{xii}. На Публиката и е отнета главната буква и вече е разглеждана като множество с

диференцирано отношение, възраст и интерес, т.е. „публики“ и съвсем уместното в новия контекст - „потребители на изкуство“. Съществуват не само понятия, но и множество административни инструменти, създадени са множество отдели по Стратегически мениджмънт, институт по Икономика на културата, Министерство на културата разработва Национална стратегия за развитие на културните индустрии,. Творческите продукти и потребителите съществуват в единна територия, наречена пазар. Съществуват, обаче, голяма доза неизвестни, поради липса на статистика и анализи за корелацията между социалния, културния и икономическия живот.

Менажирането на творческите предприятия и техните продукти, продаването на тези продукти, формирането на висока добавена стойност, която от своя страна формира висок процент от брутния вътрешен продукт на страната ни е едната страна на т.н. пазар. Икономиката и най-вече политическото говорене в много голяма степен прилага новата терминология, за да администрира и подреди приоритетите в областта на изкуствата и културата с крайна цел – контрол на финансирането и остойностяване на приходите. Терминологията „приложно“ заменя идеята за художествено произведение и е пряко адресирано за „публика“, но не може да замени взаимовръзката, която по природа е не само двупосочна, но и жизнено необходима, за да осигури съществуването и на двете страни. Пазарните отношения, както и отношението към творчеството, изкуството и културата като към индустрии, въпреки, че е реално, фактически е трудно, дори невъзможно да се възприемат така, поради факта, че не могат да се самоиздържат, като по този начин поставят взаимоотношенията между потребител/зрител и продукт/художествено произведение на ниво, на което икономическата и политическата зависимост е по-силна от интелектуалната. Така маркетинговите отдели за привличане на публики изграждат стратегии въз основа на търсенето и предлагането, но те реално, ако се доверим на статистиката, могат да продадат продуктите си само на тези, които искат да ги купят. И вероятно биха стигнали до тях и без PR. Така държавата осигурява достъп чрез налични ресурси, институциите симулират дейност чрез PR, маркетинг и реклама, осигурявайки активно участие в културния живот все на една и съща група консуматори, която в България, в сравнение с останалите страни от Европейския съюз, е изключително процентно малка.

В Стратегията за развитието на българската културата, част 2.2.9. Култура и образование. Образование по култура и изкуства, основен обект са средните и висшите училища по изкуства, които са определени като изключително значими за осигуряването на високо професионално квалифицирани кадри за всички сектори в сферата на

културата и изкуството. Всички изброени приоритети в стратегията засягат: утвърждаване на българската култура, опазване на културното наследство, съхраняване на културната памет, повишаване на експертната дейност, подкрепа и създаване на подходящи условия за постигане на високи художествени и естетически резултати на културните продукти чрез осигуряване на необходимите правни, финансови, образователни и социални ресурси и гарантиране на равен достъп до култура на българските граждани, популяризиране на българската култура в световен мащаб и т.н. Образованието по изкуство извън професионалните училища не е нито приоритет, нито обект на стратегията. Споменава се „осъвременяване на учебни и поощряване на образователни програми и маркетингови проучвания на потенциалните публики“. Стратегията идеологически е съобразена с общоприетите от ЕС приоритети, но ѝ липсва далновидност и, за съжаление, превръща в цел ресурсите. Идеята за образование, което да създаде интерес, а от там и необходимост, образование, което целенасочено да създаде устойчиво развитие на сектора, реално не съществува.

Човек вижда това, което знае. Хората, които искат да се занимават и реализират с изкуство, в повечето случаи нямат нужда от мотивация. Публиката, която влиза в театъра, в книжарниците и музеите прави това поради личен интерес и необходимост. Статистически в България, която не се различава от европейските страни, хората, които най-регулярно имат досег до култура са тези с висше образование. За тях културата е начина на живот. Следват хората със средно и основно образование. Осигуряването на достъп до култура реално ще стигне до същите групи потребители, защото те могат да видят това, което ресурсите им предлагат, а го виждат, защото знаят за него. Библейското правило в маркетинга и PR -а е не да накараш зрелият потребител да купи това, което продаваш, а да го убедиш, че той, именно, има потребност от този конкретен продукт. Потребността е движещата сила на пазара и именно тя трябва да се превърне в цел, която да пренареди приоритетите в областта на културата. Образованието поражда необходимостта, защото знанието стимулира и мотивира.

Идеята, която стои зад понятието достъп до култура може да осмисли формалното предлагане и реализиране на ресурси само чрез образование по култура. Достъпът до култура реално строи пътища и мостове, които стигат до изкуството. Ако липсва образованието, което да създаде необходимостта да се мине по тези пътища, нито изкуството ще се развива и ще открива нови форми, нито публиката ще получи духовна просвета. Ако трябва да прибавим към тази взаимовръзка и икономическата полза, която

все повече контролира сектора, смисълът от образование по култура се явява основен фактор за повишаване добавената стойност на произведенията на изкуството и културата. Образованието по култура изисква диалог между институциите и сътрудничество. Реално погледнато, театрите, музеите и галериите притежават потенциала и ресурсите, от които образованието се нуждае. В тях са хората, които създават изкуство и тези, които го познават. Диалогът между тях и публиката е осъществим и не се нуждае от изключителни финансови ресурси, а от време и планиране. Срещи, дискусии и обсъждания с автори създават трайни връзки с публиката и устойчиво развиват интереса. Това е потенциал, който се подценява и от двете страни. Сценичните изкуства са в голям дълг към образователните програми по история и литература, negliжирайки десетилетия спектакли по български автори, които се изучават и за чието осмисляне е необходима именно сценичната интерпретация. Съвременната, неклиширана гледна точка към произведенията на литературата извън учебниците е това, което липсва и което недалновидно се подценява. Новите образователни програми разчитат на диалог между науките и осмислят критичното мислене като водещ фактор в създаването на адаптивни и зрели млади хора. Връзката между литература, история и изобразително изкуство е залегнала в програмите за средно образование и притежава потенциал за реален диалог, включващ театъра, музеите, концертните зали и галериите. Реално, диалогът между образованието и културата е negliжиран, а възможните ползи - нереализирани. Статистически, най голямата група участници в културата са хората между 35 и 54 години. /по статистика на НСИ за 2016/, двойно повече от останалите групи. Ако стратегически се развие потенциала чрез образование на групата 16-25, това би увеличило пропорционално и най-активната група потребители, които са и потенциални носители на по-високи приходи за творческите индустрии.

Културните дейности са основни средства за насърчаване на демократични ценности като толерантност, противопоставяне на дискриминацията, солидарност, свобода на изразяване и зачитане на човешкото достойнство. Участието в културата дава възможност за споделен социален опит. Тя позволява на различни общности да допринесат за социалните взаимодействия. Културата има както вътрешна, така и външна природа. По същество културата е ценност сама по себе си, свързана с нашата идентичност, с израз на нашето дълбоко аз, нашите обичаи, ценности и вявания, религия и философия. Външната природа на културата междувременно обхваща икономическата стойност и социалната роля на творчеството и затова може да се използва като инструмент. Без образование, което канализира усилия в създаване на информирана,

знаеща и виждаща публика, всяко развитие на културата може да разчита само на неясно сформирани група потребители без перспектива за растеж.

доц. д-р Мира Каланова НАТФИЗ „Кр. Сарафов“

ⁱ Стратегия за развитието на българската култура 2019-2029 http://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf

ⁱⁱ Чл. 13 от Конвенция на ЮНЕСКО за опазване и насърчаване на многообразието от форми на културно изразяване. Париж, 20 октомври 2005 г. Държавен вестник брой: 33, 21.04.2007

ⁱⁱⁱ Културните и творческите индустрии съставляват близо 5 милиона работни места и 2,6% от БВП на ЕС, са един от основните фактори за растеж в Съюза, като създават нови работни места.

Доклад, "Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии"(2010/2156(INI))

^{iv} Национална стратегия за развитие на творческите индустрии

<https://bsc.smebg.net/redi/resources/National.pdf>

^v относно "Отключване на потенциала на културните и творческите индустрии"(2010/2156(INI))

Комисия по култура и образование. Докладчик: Marie-Thérèse Sanchez-Schmid

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0143_BG.html#title1

^{vi} Чл. 27 от Всеобща декларация за правата на човека, приета от ОС на ООН, 10.12.1948

^{vii} Access to culture in the European Union. In-depth analysis. EPRS, 06.2017

<https://op.europa.eu/bg/publication-detail/-/publication/66f298ec-6840-11e7-b2f2-01aa75ed71a1>

^{viii} Терминът "Културни дейности, продукти и услуги" включва дейности, продукти и услуги, които от гледна точка на тяхното специфично качество, използване или крайна цел възпроизвеждат или предават определена форма на културно изразяване независимо от търговската им стойност. Културните дейности могат да бъдат цел сами по себе си или да способстват за производството на културни продукти и услуги. Конвенция на ЮНЕСКО за опазване и насърчаване на многообразието от форми на културно изразяване. Париж, 20 октомври 2005 г. Държавен вестник брой: 33, 21.04.2007

^{ix} <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b>

^x https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0143_BG.html#title1

^{xi} Терминът проект произлиза от латинската дума *projectus*, която означава „настъпващ“, „напредващ“. Формалната дефиниция за проект е уникално и ограничено във времето начинание. Под уникално се има предвид, че резултатът от проекта е нов продукт или услуга, а ограничено във времето означава, че има предопределени начало и край. Замисъл за осъществяването на нещо, план.

^{xii} Продукт - предмет, който е резултат от човешка дейност, стока,