

ББК 65.497
УДК 338.46
JEL Z10, Z11, Z19

Эффективность воздействия услуг культуры при прямом контакте исполнителей и потребителей

Скоробогатова Татьяна Николаевна, доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента предпринимательской деятельности, Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского
Адрес: 295007, проспект Академика Вернадского, 4, Симферополь, Республика Крым, Россия
E-mail: stn57@mail.ru

Аннотация: В статье актуализируется роль сферы культуры, определяется эффективность ее воздействия, описываются субъектно-объектные отношения, которые возникают между исполнителями и потребителями услуг путем сравнения потребления различных услуг и выявления разницы между отношениями прямого и посреднического характера.

Ключевые слова: эффективность; финансовые затраты; синергетический эффект; потребление.

The effectiveness of the impact of cultural services in direct contact between performers and consumers

Tatiana N. Skorobogatova, doctor of economic sciences, professor, the Department of Business Management, V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
Address: 295007, Academician Vernadsky Avenue, 4, Simferopol, Republic of Crimea, Russia
E-mail: stn57@mail.ru

Annotation: The article updates the role of the sphere of culture, determines the effectiveness of its impact, describes the subject-object relations that arise between performers and consumers of services by comparing the consumption of various services and identifying the difference between direct and intermediary relations.

Keywords: efficiency; financial costs; synergistic effect; consumption.

Введение

В настоящее время роль сферы культуры значительно повышается. Такое положение отчасти объясняется тем, что большинство населения имеет возможность самостоятельно распоряжаться своим временем (что во многом определяется переходом работы в дистанционный режим). Эффективность воздействия сферы культуры на личность в немалой степени зависит от ее отношений с исполнителем услуг, другими словами, – от субъектно-объектных отношений.

Обсуждение

Несомненно, что спектр услуг культуры довольно широк. Поэтому указанные отношения могут принимать различные формы. Например, если в музейном деле (за исключением экскурсий) предполагается самостоятельное постижение культурных ценностей, то театр, консерватория, филармония или другое учреждение, организующее представление, в этой плоскости ближе «подходит» к пользователю. Не зря услуги актеров, музыкантов и других исполнителей относятся к прямым, услуги же экскурсоводов, библиотекарей – к посредническим (в соответствии с [5, с. 247]).

Потребление услуг музеев (картинных галерей, выставок) и театров (консерваторий, филармоний) разнятся. Некоторые различия отразим в ниже приведенной таблице. Добавим,

что особое место здесь занимают кинотеатры, где прямой контакт между исполнителями и потребителями отсутствует, а представление лимитировано сеансом. Касательно роли посредников, укажем, что интересно проведенная экскурсия находит большее отражение в сознании посетителей музея, чем самостоятельное знакомство с экспонатами. В данной плоскости обратим внимание на расширение функций библиотекарей. В настоящих условиях многие книги можно найти в Интернете. Задачами библиотекаря являются рекомендации к выбору литературы, проведение тематических вечеров, организация клубов любителей чтения.

Таблица 1

Сравнение потребления различных услуг в сфере культуры

Характеристики потребления	Потребление услуг, предоставляемых	
	музеями (картинными галереями, выставками)	театрами (консерваториями, филармониями)
Уровень потребления	индивидуальный, при проведении экскурсии – коллективный	коллективный
Временной интервал потребления	ограничен при проведении экскурсии, в остальных случаях – обычно не лимитирован (за исключением особо популярных выставок, где устанавливаются сеансы просмотра)	согласно продолжительности мероприятия

Но особенно велико влияние театральных актеров и концертирующих артистов на зрителей. Об этом сказано неоднократно, в частности автор концепции социальной энергетики – С.А. Подолинский – рассматривал благостное влияние музыканта-исполнителя на слушателей [2, с. 247].

При этом, осуществляя прямой контакт со зрителями, исполнители одновременно выступают посредниками между авторами и потребителями творений в области культуры.

Зритель (посетитель) должен почувствовать себя сопричастником события. Уместно провести параллель с литературой, соглашаясь со словами Джозефа Конрада: «Автор пишет только половину книги: другую половину пишет читатель» или Блеза Паскаля: «Лучшие книги те, о которых читатели думают, что они могли бы написать их сами». Хотя главная роль в процессе оказания услуг культуры все же принадлежит субъекту (исполнителю), при позитивном отношении обеих сторон возникает синергетический эффект, который позволяет удовлетворить потребности объекта (пользователя), давая толчок дальнейшему совершенствованию мастерства исполнителя. В настоящем случае между исполнителями и потребителями возникают связи-отношения (о связях-отношениях см. в работе [1, с. 29, 30]). Такие связи могут иметь не только реальный двусторонний характер, когда происходит непосредственный контакт исполнителя и зрителя, но и одностороннее действие, когда человек знакомится с произведением искусства, которое, естественно, отражает взгляд автора на окружающий мир. Если произведение создано давно, то автор уже не получает оценочную информацию от контрагента.

Дискуссионным является вопрос о степени активности пользователя при коллективном и индивидуальном потреблении услуг. Индивидуальное потребление – чаще активное, коллективное – может носить и активный, и пассивный характер. В зависимости от обстоятельств, после получения услуги интерес к определенной теме у человека может «угаснуть», а может развиваться далее.

Отметим, что для пользователей могут проводиться культурные мероприятия, где они прямо общаются с аниматорами (ранее именовавшимися массовиками-затейниками), то есть между данными сторонами ликвидируется барьер и возникает тесная коммуникация. В театре же между актерами и зрителями субъектно-объектные отношения имеют визуальный

характер. Хотя иногда бывают случаи, когда актеры непосредственно контактируют со зрителями. По нашему мнению, далеко не всегда целесообразно выходить за рамки традиционной, устоявшейся веками постановки; исключением являются спектакли для детей.

Заключение

Естественно, что постижение зрителем (посетителем) произведения искусства зависит и от его подготовки в определенной области, и от настроения на восприятие. Недостаточная подготовка не позволяет воспринимать информацию полностью и может привести к отказу от последующего посещения, а может, напротив, индуцировать желание получить соответствующие знания. Отрицательный настрой на восприятие определяет то, что человек смотрит и не видит, слушает и не внимает. Для зрителя важным является и слаженность работы субъектов культурной деятельности (где немаловажную роль играют отношения субъект – субъект). Разногласия в их деятельности могут отрицательно сказаться на процессе показа, что не может остаться незамеченным зрителем.

Пользователь может остаться недовольным посещением учреждения культуры. При этом одно и то же произведение производит на разных людей различное впечатление. Об этом свидетельствуют, в частности, отзывы в Интернете. Например, касательно спектакля московского театра им. М.Н. Ермоловой «Портрет Дориана Грея», мнения противоречивые: от восторга до полного неприятия. Если зритель выражает свое неудовлетворение уходом со спектакля (после первого действия, а иногда и в процессе показа), то это может сказаться на исполнителях, их состоянии и игре.

Заметим, что современные технологии предоставляют возможность дистанционного потребления услуг культуры. Действительно, телевидение позволяет увидеть и услышать театральную постановку или концерт (меньшую возможность предоставляет радио, направленное только на слух). Произведения живописи в виде репродукций можно найти в соответствующих изданиях. Сеть интернет обеспечивает доступность практически к каждому шедевру искусства. Однако в этом случае не создается связь между исполнителями и пользователями, отсутствует обмен энергией между ними. При этом знакомство с репродукцией (просмотр спектакля или концерта по телевизору) может дать импульс желанию непосредственной встречи с произведением искусства.

Конечно, посещение учреждения культуры требует финансовых и временных затрат. Однако оно дает посетителю следующие положительные моменты:

- 1) получение энергии от исполнителя;
- 2) сосредоточение на процессе познания. В домашних условиях человек отвлекается на текущие вопросы и не всегда полностью «погружается» в процесс;
- 3) контакт с единомышленниками (объект – объект), обсуждение с ними увиденного (при посещении театра или концерта – во время антракта или после просмотра, музея – возможно и во время просмотра), что может выступить импульсом вхождения в клуб по интересам.

Последнее из приведенных положений особенно важно для неработающих (необучающихся) людей, поле общения которых ограничено. Сказанное в первую очередь касается пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Однако посещение учреждения культуры для них имеет ряд препятствий. Данные препятствия должны быть преодолены путем предоставления названным категориям граждан скидок на приобретение билетов и оказание помощи в передвижении.

Следовательно, несмотря на то, что современные технологии предоставляют возможность дистанционного потребления услуг культуры, они лишают пользователя прямого контакта с носителями культурных благ. При этом субъектно-объектные отношения важны для обоих контрагентов сферы культуры. При положительном настрое обеих сторон возникает синергетический эффект, который позволяет удовлетворить потребности объекта (пользователя), в то же время импульсируя дальнейшее развитие мастерства субъекта (исполнителя).

Список источников

1. Скоробогатова Т.Н. Логистические системы в сервисе: монография / Т.Н. Скоробогатова. – Симферополь: Доля, 2007. – 416 с.
2. Скоробогатова Т.Н. Сервисная логистика в рекреационном секторе: монография / Т.Н. Скоробогатова. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2010. – 403 с.
3. Соболева, О. В. Современное состояние культурно-событийного туризма в Российской Федерации / О. В. Соболева // В центре экономики. – 2021. – № 2. – С. 6-9. – ISSN 2713-2242. – EDN TLTWMK.
4. Соболева, О. В. Анализ экономической эффективности и влияния на экономику региона музыкального фестиваля "Colours of Ostrava" / О. В. Соболева // В центре экономики. – 2021. – № 3. – С. 1-7. – ISSN 2713-2242. – EDN KJCZFI.
5. Шекова Е.Л. Особенности маркетинга некоммерческих организаций культуры: российский опыт / Е.Л. Шекова // Вестник СПбГУ. 2003. – Выпуск 2 (№ 16). – Серия 8. – С. 55-77.

Reference

1. Skorobogatova T.N. *Logistic systems in service*: monograph. Simferopol: Share, 2007. 416 p.
2. Skorobogatova T.N. *Service logistics in the recreational sector*: monograph. Simferopol: DIAPI, 2010. 403 p.
3. Soboleva O.V. The current state of cultural and event tourism in the Russian Federation. *In the center of the economy*. 2021;2:6-9. ISSN 2713-2242. EDN TLTWMK.
4. Soboleva O.V. Analysis of economic efficiency and impact on the economy of the region of the music festival «Colors of Ostrava». *In the center of the economy*. 2021;3:1-7. ISSN 2713-2242. EDN KJCZFI.
5. Shekova E.L. Peculiarities of marketing of non-commercial cultural organizations: Russian experience. *Bulletin of St. Petersburg State University*. 2003; 2(16);Series 8:55-77.