



# СОЦИОМУЗЕЙНАТА КУЛТУРА КАТО ФАКТОР ЗА СПОДЕЛЯНЕ НА ЗНАНИЯ В СЪВРЕМЕННОТО ОБЩЕСТВО

Доц. г-р Евгений Сачев

*Можем ли обаче да твърдим, че през XXI век ще наблюдаваме подем на обществата на споделените знания? Като публична ценност, която трябва да бъде достъпна за всички, не би трябвало да съществуват изключени от обществото на знанията. Но споделянето на знанията не трябва да бъде ограничавано до разпределение на познанията или до обмен на един рядък ресурс, за който ще се надпреварват нации, общества и индивиди.*

**Койчиро Мацуура,**  
Генерален директор на ЮНЕСКО

Колкото по-сложна и диференцирана е дейността на обществото и колкото повече се натрупва социална информация, толкова повече догматичните способности за нейната систематизация влизат в противоречие със създаването на нови знания за самоусъвършенстването на човека. Информационното общество се характеризира с това, че в него главен продукт на производството стават знанията.

Във връзка с формирането на отделни страни на обществените отношения и специализацията на различните видове дейности се създават нови научно-рационални способности за анализ и синтез на фактите на действителността и тяхното включване с оглед на ценностната им социална значимост и осмислянето им при изграждането на логически стройни системи. Рационалното разделение на информацията дава тласък за развитието на историческото, етическото, естественонаучното,

практико-политическото, социо-културното и други видове знания. В това отношение активна базово-определяща роля има осъществяването на целенасочен социокомуникативен музееен процес. В съвременното информационно общество, което се отличава с наличието на развити информационни потребности, преобладават информационните процеси в сферата на заетостта на населението, което се отнася за всички области на неговата дейност. Социомузейната култура е важен информационен ресурс за устойчивото развитие на съвременната цивилизация, който не се изчерпва като останалите ресурси и в условията на компютърните технологии се разпространява твърде бързо и целенасочено.

Музеите, заедно с библиотеките, архивите, научно-техническите информационни центрове и интернет, схващан като една глобална информационна система, представляват социално-кумулятивни институти, които преди всичко събират, обработват, съхраняват и опазват социалнозначима информация. Същевременно те изпълняват трансляционни функции, които реализират в процеса на удовлетворяване на културните и информационните потребности на хората. Така музеите в съвременното информационно общество, заедно с техните сродни социокултурни институти се превръщат в действителни социокомуникативни центрове за споделяне на знания.

Специфичните раздели на знанието се определят в съответствие както с характера на предмета, така и с неговата социална значимост. Освен това, висша форма за социално управление на информацията и нейното

предаване е, че не се представя готов образец за подражание и не се извършва командно разпореждане, а се създава диференцирана програма, изградена върху социокомуникативното и творческото възприятие. Социокомуникативното индивидуално съзнание възпроизвежда изискванията на системата и избира вариант за тяхното реализиране. Индивидуалните нововъведения (иновации) и творческото поведение, които се осъществяват на социокомуникативна основа, се оказват не само допустими, но и необходими за успешното функциониране на всяка социална система, разглеждана в нейната цялост. Този рационално-научен способ за предаване на знания е адресиран не към пасивния изпълнител, а към активната, действена личност, осъзнала своята социална отговорност. В последните десетилетия произтича ускорен процес за радикална смяна на системата за натрупване и съхраняване на знания. Този процес породил информационната революция, която създаде предпоставката за утвърждаването на постиндустриалното общество. Достиженията на микрокомпютърната технология позволиха за 30 години да се закодира в електронни програми значителна част на този научен резерв и информация, която се е натрупала от човечеството през предшестващите векове от своето съществуване. Формализацията на методите за обработка на знанията и оперирането със знания позволиха не само да се ускори технологическите и управленческите процеси, да се освободи значителна част от работниците от рутинните трудови процеси, но и да се преобразуват в самото производство знания, като се създаде „индустрия на знанията“. Всички компоненти на културата – ценности, знания, норми и обичаи – в една или друга степен носят в себе си социокомуникативна функция. Тя осъществява връзката на текущата дейност и поведение с предшестващите образци. В научната литература е прието този механизъм да се нарича „традиция“. Традицията обаче повтаря миналите образци и се признава за нормативна по силата на наличността на тези образци в миналото. Понякога като традиция се определят самите норми и социалните нагласи, които по такъв начин се възпроизвеждат на национално, религиозно и други равнища. Именно многократното повторение се представя и за критерий за адекватност на действия, в които обикновено не се осъзнава целесъобразността и функционалността на тези действия. Обикновено всяка иновация в механизма на традицията се разглежда като вредно отклонение и се отстранява. Естествено че такъв род на социокомуникативен механизъм се оказва адекватен само в

относително прости, изолирани и стабилни социокултурни структури, където рационално-практическите и ценностните критерии още не са се обособили от общата сфера на културната регулация. Ето защо терминът „традиционна култура“ широко се използва преди всичко в етнологията, антропологията и културологията. Измененията в такъв тип култура произтичат бавно и постепенно. На културната традиция се противопоставя авторската култура, която се нарича още професионална. При нея широко се използват тези ценности, които са присъщи за дадена среда. Затова получават смисъл и термините „национални традиции“ или „религиозни традиции“. Те отразяват, *първо*, установилата се специфика на духовен живот, и на *второ място*, осигуряват устойчивостта на каквато и да е сфера на духовна регулация. Ето защо в редица обществени системи, предично от затворен тип като основа за устойчивото развитие на обществото и държавата се поставя определена религиозна институция. Същевременно всяко сложно общество не може да серазвива само и единствено в условията на закостенели традиции. В условията на информационното общество все по-голямо значение за културата има поддържането на приемствеността в културно-историческите ценности – в символиката, в историческата памет, в митовете и легендите, в текстовете и образците, произтичащи от близкото и далечното минало. Или с други думи – приемственост преди всичко в социалното усвояване на културно-историческите, природно-историческите и природонаучните ценности. Поддържането на приемствеността е същностна социокомуникативна характеристика на културата и то на нейния основен дял – социомузейната култура. В информационното общество освен традициите, освен културните ценности има и други средства за поддържане устойчивото развитие на обществото. Това са идеологически, рационално-практически или политико-правни средства. В това отношение се извършват опити за съответстваща интерпретация на традиционната култура и на културните ценности с цел да се присвоят техни комплекси и групи от различни, предимно политически движения, фракции, течения и партии. В този смисъл социомузейната култура, разглеждана като система, която се е формирала в резултат от социокомуникативен културен процес, може успешно да се противопоставя на деструктивни външни въздействия, като съхранява и опазва съществуващите културни ценности и с това устойчивостта на обществото и държавата. Ето защо не е съвсем точно да се определят като „връщане към традициите“ такива процеси,

в които се възраждат много ранни или инородни варианти на културата. В такива случаи е по-точно да се говори за „възраждане“, „реставрация“, „оживяване“ или „валоризация“ на конкретни елементи на културата, разглеждана като система, които са се съхранили в културното наследство на дадено общество.

Проблемът за съотношението на традиция и съвременност в началото на XXI век, в условията на информационното общество, придоби особено актуално значение. При обсъждане на тази проблематика много изследователи се стремят да представят характера на този проблем чрез модернизацията на такива незападни страни, които са изостанали в своето развитие и са преминали през сложен и мъчителен исторически път. В рамките на такова съотношение традициите акумулират архаични форми на социокултурни отношения, които са в процес на изживяване.

В други случаи такива форми подлежат на отстраняване във второстепенните разновидности на социалната регулация. При такъв подход всички незападни култури в една или друга степен се разглеждат като традиционни, доколкото в тях още не работят механизмите на съвременната регулация и в по-голяма степен те изразяват по този начин привързаност към своето минало. Традиционността в действителност, от една страна, осигурява стабилност и порядък в обществените взаимоотношения, а от друга – в някои нейни форми, които се използват изцяло за социално регулиране, могат да се получат регресивни резултати, които да задържат общественото развитие. На практика се оказва, че нито една страна не е в състояние да се адаптира в съвременните условия до такава степен, че да загуби своя облик и не само във второстепенните, декоративните и локалните елементи на културата или социалните ориентации, но и в основните, определящите принципи на нейното обществено битие и културна самобитност. В последно време понятието „традиция“ беше разпределено между други, по-адекватни понятия като: „самобитност“, „специфика“, „културно ядро“, „ендогенност“. Някои автори поставят в този ред и понятието „културно наследство“. Всъщност всички тези понятия могат да се възприемат като същностни характеристики на културното наследство, разглеждано като открита самовъзпроизвеждаща се и саморазвиваща се социокомуникативна система. Едно от най-разпространените понятия в това отношение е самобитността. То се използва преди всичко за обозначаване на конкретна определеност на обществото, конструирано от етносоциални групи (общности) и отразява своеобразието

на неговите културно-исторически характеристики. На това понятие съответства понятието „идентичност“ („identity“). Съвсем доскоро се употребяваше още едно по-малко адекватно понятие „личност“ („personality“). Понятията „идентичност“ и „личност“ са заимствани от социалната психология, където те успешно са приети за обозначаване на вътрешната определеност и самосъзнание на личността по отношение на етническите, религиозните и професионалните слоеве и групи. Тази определеност се съхранява във всички изменения на дадените групи и в техните ролеви отношения. Пренасянето на тези понятия за социокултурни феномени на национално равнище предизвиква немалко проблеми, свързани със съотношението на действителните социокултурни характеристики и на тяхното съзнание. В днешно време все по-често понятието „самобитност“ се употребява наред с политическите понятия „независимост“ и „суверенитет“. Още през 1982 год. на състоялата се в Мексико световна конференция на ЮНЕСКО по културната политика културната самобитност беше определена като един от най-важните социокултурни проблеми на съвременността. По този начин беше подчертана както самостоятелността на това понятие, така и потвърдението, че то с успех отразява спецификата на общественото развитие не само на приемствеността, като осигурява връзката на миналото с настоящето, но и ориентираността на бъдещето, което е призвано да обезпечи съединяването на отделния гражданин и обществото с ценностите на своята цивилизация. В материалите на ЮНЕСКО самобитността се разкрива като „жизнено ядро на културата“. То се схваща като динамичен принцип, чрез което обществото, опирайки се на своето културно и природно наследство, черпи сили в своите вътрешни възможности и основни външни постижения, отговарящи на неговите потребности и осъществяващи постоянния процес на неговото самостоятелно развитие. Недостатък на приведените определения за понятието „самобитност“ е, че в тях твърде тясно се преплитат обективните и субективните аспекти. Представянето на техните съотношения е невъзможно.

Нерядко в това понятие се включват или самосъзнанието на обществото, или, напротив дорефлексния смисъл на битието, което трудно се поддава на аналитично определение. Друг важен смислов компонент, възникващ с разпадането на понятието „традиция“ е „специфика“. То също може трудно да се дефинира. Неговото съдържание отразява социокомуникативните различия на локалните норми, обичаи, ценности и форми

на поведение, както и социокомуникативните отлики в етносоциален, субкултурен или групов план. При прилагането му по отношение на обществото като цяло, възникват условни типове на националния характер или на религиозното поведение, които се оказват спорни или условни поради многообразието на културата на всяко развито общество. В основата си това понятие отразява преди всичко социокомуникативната характеристика на културното и природното наследство на съответната обществена формация. В условията на информационното общество проявленията на социокомуникативната специфика на културата зависи от тези задачи, които поставят пред себе си изследователите, както и от методологията на извършваните изследвания. Информационните и комуникативните технологии се превръщат не само като най-динамични компоненти на материалното, но и на духовното производство. Те радикално променят много принципи на социалността и регулацията на обществото. Мащабите и темповете на информационната революция надхвърлят всички познати до този момент промени в цялостното развитие на обществените отношения. Постигнатата на основата на компютърните технологии формализация на знанията и натрупването на данни, а така също и осигуряването на космически връзки за бързо пренасяне на информацията на огромни разстояния съществено измениха функционирането на различните социокомуникативни институти, в това число и на социокултурните. В съвременното общество те все повече придобиват равнопоставено, а в редица случаи и доминиращо значение в сферата на пазарните отношения. Духовното производство става определящо начало в съвкупното производство, подчинявайки неговата структура, съдържание и динамика. Това производство все повече се обръща към човешкия фактор, който се превръща в главна цел и водещ компонент. Наред с частнокорпоративната и индустриално-капиталистическата собственост се развива интелектуално-индивидуалната и постиндустриалната собственост, които се измерват с духовните ценности. Разрастването на формите на производство на човешкия капитал води към трансформация на самия тип съвкупно производство. Пазарните отношения в тази приоритетна сфера постепенно се изместват на втори план, като отстъпват своето място на новите социокултурни фактори: интелектуалния, творческия и социалния потенциал на личността. В световен аспект произтича преразпределение на разходите за материално производство в полза на науката, образованието, социалното осигуряване,

здравеопазването и рекреативните дейности. Водеща роля в производството придобиват в по-голяма степен обединенията (партньорство и съвместна дейност) в изследванията и иновациите, в индустриалните и експерименталните лаборатории, в научните центрове и университетите. Формирането на новия тип социална личност като носител на постиндустриалната (информационна) култура изисква огромни разходи: за образованието и възпитанието на подрастващите; за въвеждането на прогресивни модели за социализация и формиране на личността. В края на 80-те години на XX век сумата на годишните разходи за развитието на човешкия капитал в САЩ се оценяват на 2,2 трилиона щатски долара, а вложените средства в материално-веществените (определени) фактори не надхвърля цифрата от 700 милиарда щатски долара. Самото предприемачество нерядко се оказва не толкова средство за достигане на материално благополучие, а преди всичко начин за саморегулация на индивида и максимално практическо използване на неговите способности. Това от своя страна води до качествени изменения в изискванията за съдържанието на социалните отношения чрез въвеждането на нови социокомуникативни методи за развитието на социокултурните институти. Тяхното успешно прилагане изисква да се определят основните социокомуникативни характеристики на културата в условията на информационното общество. Най-общо те могат да бъдат изведени като:

- ♦ Замяна на стандартизираните форми на социокултурна дейност с многообразие и плурализъм по отношение на: производството на културни продукти и услуги; социализацията на културното и природно наследство; актуализацията на социокултурното поведение и на религиозния живот; взаимодействието на етнокултурните общности; измененията в художествената култура; развитието на културната индустрия и на модата; формите на семейството и др.

- ♦ Децентрализация в административното управление на социокултурните структури и изграждане на съвременни социокомуникативни връзки на основата на локално, регионално и трансгранично сътрудничество и партньорство. Новите мрежови и космически системи за информационно обслужване осигуряват разпространението на знания, образи и символи в духовното пространство на целия свят. Това води до формирането на информационни, а оттам до създаването на духовни връзки в съответствие със структурните промени на обществото, настъпили в резултат от информационната революция.

♦ Падането на статуса на бюрократизацията и йерархизацията в социокултурните структури, основани на поддържането на устойчиви и стандартизирани равнища и единици за социална регулация. Това се извършва в полза на полифункционалността на тези структури, като приоритет имат т. н. Временни структури с целева и мрежова връзка. Високата информатизация на обществото води това, че предишното вертикално деление на социокултурните структури все повече се заменя с хоризонтално взаимодействие и взаимобослувеност между създадените по собствена инициатива социокултурни структури, които са непосредствено заети с решаването на конкретни и актуални за обществото социокултурни проблеми, както и развиване на техния социокомуникативен потенциал. В този смисъл е необходимо да се посочи непрекъснато нарастване на ролята на неправителствения сектор във всички направления на културната дейност и на културната индустрия;

♦ Ограничаването на стандартизацията в полза на социокултурното разнообразие способства за усвояването на локалната специфика в това отношение. Настъпващата глобализация в икономическото развитие не означава, че при изграждането на единните икономически модели не означава пренебрегване на културата, религията и екологията. Това означава, че трябва да се изградят съвременни социокомуникативни системи в културната сфера, които да дадат възможност да бъдат включени като значителен резерв в устойчивото развитие на тези глобални процеси културните достижения на периферните и слаборазвитите от икономическа гледна точка страни. Надеждността на тези социокомуникативни системи в културната сфера е гарант за недопускане възприемането на имитативни форми на социокултурна дейност от икономически силно развитите страни и запазването на културната идентичност на тези страни.

♦ За разлика от индустриалното общество, в което се влагаха огромни средства в социокултурната инфраструктура, при новите условия все по-голямо значение се отдава на инвестиции в човешкия капитал – подготовката на кадри в областта на културната дейност и на културната индустрия, които владеят съвременните технологии и преди всичко информационните. Реални центрове на новите социокултурни структури в постиндустриалното (информационното) общество ще станат университетските обединения, в които се съсредоточават изследователските и образователните институти.

♦ Промяната на класовите отношения довежда и до формирането на партикулярни и твърде променящи се, а в редица случаи и на отживели форми на социокултурна дейност по отношение на определяне на идентичността по територия, професионален статус, етническа и верска самоопределеност, разширяване на интересите и т. н. Такива социокултурни форми на общуване не само се съхраняват, но и възраждат. Те обаче задължително се вписват в общата система на гражданските и на пазарните отношения. Типичен пример за това са жилищните и даже деловите центрове в редица крупни градове на Западна Европа и Америка, които са заселени с преселници от редица страни на Азия. Това изисква да се разработват специфични интегративни подходи за социокултурна комуникация.

В условията на глобализация и с формирането на новите модерни общества възможностите за обмен или споделяне на знания се увеличават многократно.

Музеят, създаден в служба на обществото и неговото развитие, който е общодостъпен за всички негови членове, с въвеждането на съвременните комуникационни технологии придобива още по-голямо социално значение за формирането на нов тип култура, при която занятията, иновациите, обучението и изследователската дейност се развиват вече в Интернет като се насърчава партньорството и сътрудничеството за работа и общуване в интернационални групи. Тези нови форми водят усъвършенстване и на самата музейна дейност. Споделянето на знания не води само до създаването на нови знания, до стимулирането на продължаващото образование, до намаляването на цената на получаването на знания или до осигуряването на общоприет публичен достъп до тях. Споделянето на знания и социален опит с помощта на съвременните технологии в музейната дейност изгражда нов тип социомузейна култура, който активно стимулира участието на всяка социална личност в създаването, опазването, съхраняването и усвояването на културно-историческите, природно-историческите и природонаучните ценности. Превръщането на музея в съвременен социокомуникативен център за споделяне на знания на основата на информационната социомузейна култура е ключов етап в неговото бъдещо развитие като социален институт с участието на гражданското общество.

