

Королев Николай Николаевич,

декан факультета культурологии и социокультурной деятельности УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент (г. Минск, Беларусь)

Арт-менеджмент как механизм развития народной художественной культуры в контексте процессов глобализации

В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ стало органичной необходимостью появление таких профессий, как арт-менеджер, продюсер, промоутер, импресарио, концертный агент, продакшн-менеджер и т. п. Соответственно возникла потребность в разработке области знаний, помогающей осуществить руководство процессом создания художественных ценностей и продвижения их на рынок культурных продуктов и услуг. Эти факторы обусловили необходимость подготовки в Белорусском государственном университете культуры и искусств кадров по новой специальности магистратуры с углубленной подготовкой специалистов арт-менеджмента с присвоением степени магистра.

Профессиональная деятельность выпускников магистратуры будет направлена на сохранение, создание и распространение ценностей культуры, а также выявление интересов и потребностей населения в различных видах отдыха, разработку социально-культурных программ по организации досуга для реализации в государственных органах управления культурой, учреждениях культуры и искусства различного профиля, научно-методических центрах народного творчества, центрах национальных культур, в туристско-экскурсионной деятельности, средствах массовой информации, общественных организациях и объединениях.

В настоящее время в сфере культуры не хватает специалистов с высшим образованием, не говоря уже о тех, кто имеет степень магистра. Так, специалистов с высшим образованием в клубах —

22 %, музеях — 65 %, театрах — около 85 %, концертных учреждениях — 94,7 %.

Особая проблема — это постдипломное образование руководителей и специалистов организаций культуры регионального и городского уровней управления. По оценке экспертов — руководителей органов управления в сфере культуры и учреждений культуры, ежегодная потребность в специалистах по специальности «Арт-менеджмент» со степенью магистра составляет не менее 10—15 человек в год.

Актуальность углубленной подготовки специалистов по специальности «Арт-менеджмент» с присвоением степени магистра подтверждается:

- разнообразием содержания подготовки магистров к инновационной деятельности в сфере культуры, обусловленным высокой скоростью изменений;

- практико-ориентированным подходом к подготовке кадров на второй ступени высшего образования в зависимости от особенностей и направлений развития сферы культуры, отдельных видов управленческой деятельности и организаций культуры;

- обоснованной интеграцией разнообразных направлений деятельности, дисциплин и отраслей: науки, культуры, экономики, управленческой и предпринимательской деятельности и т. д.;

- опережающим характером образования относительно целей и задач развития профессиональной деятельности в социально-культурной сфере.

В основу углубленной подготовки специалистов по специальности «Арт-менеджмент» положена идея о том, что в современном обществе культура становится важным ресурсом развития, а это требует специалистов, способных создавать и успешно управлять инновационными организациями и проектами.

Цель — подготовка компетентных, эффективных, творческих менеджеров и консультантов нового поколения:

- умеющих использовать гуманитарные и культурные ресурсы в интересах комплексного развития регионов;

- владеющих проектной и программной методологией и современными методами управления;
- управляющих процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных);
- продвигающих на рынок культурных услуг результаты творческой деятельности авторов и исполнителей, организационных усилий коллектива учреждения (продюсерского центра, фирмы);
- способных успешно действовать в современных экономических условиях;
- конкурентоспособных на международном рынке.

Подготовка специалистов будет осуществляться как для государственного, так и для коммерческого и некоммерческого секторов в сфере культуры:

- специалистов регионального и городского уровней управления;
- руководителей и специалистов культурных организаций;
- независимых лидеров проектов и инициатив в социокультурной сфере.

Важным является то, что на специальность «Арт-менеджмент» в первую очередь будут поступать руководители и специалисты организаций культуры, региональных органов управления социокультурной сферой, а также выпускники учреждений высшего образования культуры и искусств, имеющие опыт организационно-управленческой деятельности в сфере культуры, которые собираются продолжать профессиональную карьеру в качестве продюсера, импресарио, менеджера в сфере визуальных и исполнительских искусств (музыка, театр, живопись, хореография, кино и т. д.), культурного наследия и музейной деятельности, художественного любительского творчества, масс-медиа, этнокультурных проектов.

При анализе арт-менеджмента как феномена современной художественной практики и гуманитарного знания выявляется, что главенствующим в данном словосочетании, безусловно, является его первая составляющая — арт. Именно она детерминирует основную смысловую нагрузку этого синтетического понятия.

Собственно «арт» (от англ. *art*) есть искусство, в широком смысле понимаемое как:

1) художественное творчество в целом со всем целостным спектром вариативных видов искусства, начиная с *пространственных* (графика — искусство рисунка и печатная графика, живопись, скульптура, архитектура, дизайн, декоративно-прикладное искусство, фотоискусство), *временных* (художественная литература, музыка), *пространственно-временных* (танец, театр, цирк, кино-, видео-, теле-, радиоискусство и пр.);

2) квинтэссенция художественной культуры.

Понятие арт-менеджмента связано:

— с созданием художественного продукта и его продвижением на арт-рынок;

— обеспечением благоприятной культурной среды средствами искусства;

— реализацией механизма вовлечения людей в мир художественной культуры;

— удовлетворением и дальнейшим развитием художественных, духовных интересов и потребностей разных групп населения;

— технологией стимулирования художественной и художественно-творческой деятельности.

Подготовка специалистов на второй ступени по данной специальности в значительной мере обуславливается современной социокультурной ситуацией, ее динамикой и спиралевидным развитием, что, в свою очередь, детерминировано экономическими, юридическими и иными условиями бытия.

Выпускник магистратуры по специальности «Арт-менеджмент» должен оказывать непосредственное влияние на формирование общественного мнения, оценочные суждения и вкусы публики, вовлекая ее в освоение, а возможно, в дальнейшем и соиздание культурных ценностей. Поэтому он должен решать и задачи познавательного, практически-преобразующего, рекреационного характера.

Наиболее полно воспроизводит спектр его деятельности объединение функций в следующие группы:

1) проектно-технологическая (концептуальная разработка идеи творческого проекта, формирование проекта как художественно-творческой продукции, направленной на развитие художественного вкуса публики, на обеспечение высокого эстетического отдыха, культурного общения);

2) художественно-творческая (сценарная, репетиционно-творческая и воспитательная деятельность внутри творческого коллектива; разработка творческого имиджа проекта; разработка сценографии, костюмов, эмоционально-образного и музыкального решения проекта);

3) организационно-управленческая (формирование корпоративного имиджа организации и ее сотрудников; подготовка и проведение концертно-гастрольной работы; ведение переговоров; установление контактов с концертными организациями, площадками, необходимыми государственными организациями и учреждениями, отдельными юридическими и творческими лицами; производство сценических аксессуаров; изготовление оборудования для сцены; закупка или аренда техники и т. п.);

4) маркетинговая (исследовательская работа по выявлению возрастных, социально-групповых интересов аудитории, сегментов рынка и основных потребителей художественно-творческой продукции);

5) связи с общественностью и реклама (стимулирование продвижения художественно-творческой продукции на рынок; организация связей средствами массовой информации; проведение презентаций, выставок, пресс-конференций; обеспечение всеми видами необходимой рекламы — афишами, листовками и т. п.);

6) коммерческая и финансово-экономическая (концептуальная разработка коммерчески выгодного бизнес-плана и формирование бюджета; поиск инвесторов; согласование цен на оформление проекта и условий для осуществления продажи художественно-творческого продукта на рынке: аренда помещений, концертных залов, технического оборудования; пошив костюмов; продажа компакт-дисков, аудио- и видеокассет, билетов; мерчан-дайзинг и т. п.);

7) юридически-правовая (подготовка всей юридической документации, связанной с деятельностью организации, защитой авторских прав; отстаивание по мере необходимости интересов авторов, исполнителей, служащих в суде и арбитраже).

Таким образом, как управленец он занимается следующими видами деятельности:

- планирует деятельность организации по поиску и отбору неординарных произведений, разработке идеи творческих проектов и самих проектов;

- производит отбор (кастинг) новых творческих коллективов, талантливых исполнителей для реализации существующего творческого проекта или для разработки и реализации нового;

- организует творческое развитие, репетиционную и концертную деятельность творческих коллективов, отдельного исполнителя;

- производит набор сотрудников, которые решают творческие, организационные и финансово-экономические задачи;

- координирует деятельность специалистов организации, включая все рабочие службы, задействованные в разработке и реализации творческого проекта (создание сценического имиджа; проведение маркетинговых исследований, рекламных кампаний; налаживание различных форм связей с общественностью и т. п.);

- осуществляет контроль за производством сценических аксессуаров, пошивом сценических костюмов, закупкой или производством музыкальных инструментов, светового, звукового, технического оборудования;

- осуществляет контроль за изготовлением, распространением и продажей рекламно-печатной продукции, книг, журналов, музыкальных аудио- и видеоклипов, билетов, афиш, листовок;

- осуществляет деятельность по разработке и организации гастрольных турне (формулирование целей турне и определение маршрута; выявление его экономической и творческой целесообразности, условий для проведения творческих концертов, встреч; обеспечение транспортом и комфортных условий быта гастролирующего коллектива и т. п.);

— стимулирует мотивацию сотрудников на эффективное выполнение поставленных задач (разработка системы поощрения — премии, продвижение по службе и т. п.), а зрителей — на активное посещение реализованного творческого проекта (система скидок при посещении концертов, подарки, система качественных услуг и т. п.);

— осуществляет поэтапный контроль за деятельностью персонала, занятого в реализации поставленных задач на каждой фазе, и деятельностью каждого сотрудника и всех служб, включенных в осуществление проекта.

Используя представленное обоснование и методологическую базу, можно утверждать, что арт-менеджмент — это самостоятельное направление социально-культурной деятельности, обеспечивающее управление художественными процессами в социокультурной сфере; это совокупность принципов, методов, средств управления художественным производством, координацией действий сотрудников, служб и реализации возможностей предпринимательства в арт-индустрии. Как область знаний арт-менеджмент научно обеспечивает художественную сферу, процессы производства и потребления художественных ценностей и продвижение их на рынок культурных продуктов и услуг. С учетом важности и значимости художественной культуры в жизни общества арт-менеджмент является компонентом культурной политики.

Литература

1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Белорус. гос. ун-т культуры и искусств; под. ред. С. Б. Мойсечук, А. И. Степанцова. — Минск, 2011.
2. Алексеевский, В. С. Социокультурная концепция общей теории менеджмента / В. С. Алексеевский // Менеджмент в России и за рубежом. — 2004. — № 2.
3. Дафт, Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт. — СПб., 2002.
4. Друкер, П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. — М., 2000.
5. Какой быть ассоциации менеджеров культуры. Перспективы создания // Арт-менеджер : Журнал для профессионалов. — 2002. — № 3.
6. Кезин, А. В. Менеджмент : Методологическая культура / А. В. Кезин. — М., 2001.
7. Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. — М., 2006.