

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК КАМПАНЕНТ ДЗЯРЖАЎНАЙ ПАЛІТЫКІ Ў ГАЛІНЕ КУЛЬТУРЫ І МАСТАЦТВАЎ

А. А. Макарава,

*кандыдат педагагічных навук, дацэнт, прафесар кафедры
менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстанова адукацыі
«Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў»*

Анацыя. Арт-менеджмент усё больш замацоўваецца ў структуры дзейнасці ўстаноў і арганізацый сферы культуры і мастацтваў, уключаючы дзяржаўныя, прыватныя і камерцыйныя, якія функцыянуюць ва ўмовах рынкавых адносін, што, у сваю чаргу, прад'яўляе зусім новыя патрабаванні да дзейнасці гэтых структур і да кіравання імі на ўсіх узроўнях. Больш актыўнае ўкараненне арт-менеджменту ў структуру дзейнасці ўстаноў культуры і мастацтваў адпавядае надзённым задачам сацыяльна-эканамічнага развіцця грамадства, пры якіх узнікае магчымасць комплекснага фінансавання розных арт-праектаў, калі адным з механізмаў фінансавай падтрымкі выступае дзяржаўна-прыватнае партнёрства, што адпавядае задачам дзяржаўнай палітыкі ў галіне культуры і мастацтваў.

Ключавыя словы: арт-менеджмент, кіраванне ў сферы культуры і мастацтваў, дзяржаўная палітыка ў галіне культуры і мастацтваў, установы культуры і мастацтваў, арт-праектаванне як механізм кіравання.

ART MANAGEMENT AS A COMPONENT OF STATE POLICY IN THE FIELD OF CULTURE AND ART

E. Makarova,

*PhD in Pedagogy, Associate Professor, Professor of the Department
of Management of Social and Cultural Activities of the Educational
Institution «The Belarusian State University of Culture and Arts»*

Abstract. Art management is increasingly entrenched in the structure of the activities of institutions and organizations in the field of culture and art, including public, private and commercial, operating in market conditions, which, in turn, imposes completely new requirements on the activities of these structures and on their management at all levels. A more active introduction of art management into the structure of the activities of cultural and art institutions corresponds to the current tasks of the social and economic development of society. At the same time, the possibility of comprehensive financing of various art projects arises, if one of

the mechanisms of financial support is public-private partnership, which corresponds to the objectives of state policy in the field of culture and art.

Keywords: art management, management in the cultural and arts sphere, state policy in the culture and arts, institutions of culture and arts, art projecting as the mechanism of management.

У самым агульным выглядзе менеджмент – гэта мэтанакіраванае ўздзеянне на людзей з мэтай ператварэння неарганізаваных элементаў у эфектыўную і прадуктыўную сілу. Шырока распаўсюджана вызначэнне менеджменту як працэсу планавання, арганізацыі, матывацыі, кантролю, неабходнага для дасягнення мэтай арганізацыі. Менеджмент разглядаецца як дзейнасць, накіраваная на дасягненне канчатковага выніку з дапамогай прыняцця пэўных кіраўніцкіх рашэнняў.

Канцэпцыя кіраўніцкай дзейнасці ў сферы культуры і мастацтваў, якая абапіраецца як на агульныя законы менеджменту, так і на заканамернасці функцыянавання мастацтва ў соцыуме, атрымала ў спецыяльных даследаваннях назву «арт-менеджмент». Па Ф. Калбэру, арт-менеджмент, застаючыся часткай менеджменту, паступова сфарміраваўся як сукупнасць уласных ведаў [4, с. 3].

Непасрэдна ў сувязі з арт-менеджментам актуалізуецца значэнне менеджменту як навукі і мастацтва перамагаць, умення дамагацца пастаўленых мэт, выкарыстоўваючы працу, матывы паводзінаў, інтэлект іншых людзей.

У спецыяльнай літаратуры сфарміравалася ўстойлівае разуменне таго, што кіраванне ў сферы культуры і мастацтваў уяўляе сабою спалучэнне кіравання мастацка-творчай дзейнасцю і рэалізацыі мастацкага прадукта па законах рынковых адносін, і, першым чынам, маркетынговых камунікацый [7; 10; 11].

Відавочна справядлівае сцвярджэнне, што дзяржаўныя ўстановы культуры, хоць і працягваюць фінансавацца з бюджэту, тым не менш яны змушаныя «ўпісвацца» ў рынковыя адносіны – шукаць спосабы зарабіць сродкі, прыцягваць спонсараў, фундатараў.

Так, беларускія даследчыкі адзначаюць, што ў дзейнасці музеяў [5, с. 169–171], бібліятэк [Там жа, с. 181] і клубных устаноў [Там жа, с. 208–211] самае непасрэднае прымяненне знаходзяць тэхналогіі арт-менеджменту, выяўляецца полімастацкі падыход у рэалізацыі арт-праектаў, увогуле ўзрастае значэнне мастацкага праектавання як метада кіравання.

У структуры дзейнасці кожнага з тыпаў устаноў культуры вылучаюцца культурныя дзеянні і аперацыі як асноўныя складнікі дзейнасці. Арт-практы і з’яўляецца тымі дзеяннемі, з сукупнасці якіх складаецца дзейнасць устаноў культуры, якія выконваюць у грамадстве сваю місію як сацыяльна-культурныя інстытуты.

Менавіта рынкавыя ўмовы бытавання сучаснага постіндустрыяльнага інфармацыйнага соцыума спрыяюць разуменню таго, што набыццё здольнасці вырашаць бізнес-праблемы патрабуе пэўных ведаў, уменняў, навыкаў, новага эканамічнага мыслення, арыентацыі на каштоўнасці і ідэалы дэмакратычнага грамадства, айчынай і замежнай культуры.

Адсюль становіцца зразумела, што менавіта арт-менеджмент уяўляе сабой адно з дасягненняў арт-рынку, маркетынгу. Ён ёсць самастойная вобласць ведаў, якая сінтэзуе навуку, спецыялізаваны від практычнай актыўнасці, вопыт, метады і формы кіравання, арганізацыйна-кіраўніцкае мастацтва, мадэрнізацыю, інавацыі, крэатыў.

Пачынаючы з Ф. Калбэра – заснавальніка школы арт-менеджменту і галоўнага рэдактара міжнароднага часопіса аб арт-менеджменце [3; 4], які апублікаваў больш за 100 работ па пытаннях маркетынгу і менеджменту ў сферы культуры і мастацтваў, даследчыкі разглядаюць арт-менеджмент у якасці аднаго з функцыянальна-ролевых відаў дзейнасці, звязаных з працэсамі адбору, захоўвання, вытворчасці і распаўсюджвання культурных каштоўнасцей, пры гэтым сцвярджаюць, што менавіта арт-менеджмент закліканы адыграць асноўную ролю ў стварэнні сістэмы кіравання, настроенай на новы тып эканамічных адносін у сферы мастацтва і культуры [3, с. 6–7].

Вядомы расійскі даследчык, доктар філасофскіх навук Т. М. Сумінава ў сваёй манаграфіі «Арт-менеджмент: рэалізацыя дзяржаўнай палітыкі ў сферы культуры і мастацтва» разглядае арт-менеджмент у якасці ўнікальнага сацыякультурнага феномена бізнес-рэальнасці і складніка дзяржаўнай палітыкі ў сферы культуры і мастацтва [9, с. 47]. Так, яна сцвярджае, што кампетэнтны кіраўнік у сферы культуры і мастацтваў «павінен быць саарыентаваны на ажыццяўленне менавіта праектнай дзейнасці ў кантэксце рэалізацыі дзяржаўнай палітыкі ў сферы культуры і мастацтва» [8, с. 132].

Зразумела, што дзейнасць дзяржавы як суб'екта культурнай палітыкі накіроўваецца галоўным чынам на рэгуляванне працэсаў вытворчасці, захавання, распаўсюджвання і засваення культурных каштоўнасцей. Рэгулюючыя і кантралюючыя функцыі дзяржавы трывала падмацоўваюцца заканадаўчымі і грунтуюцца на іх. Галоўная задача культурнай палітыкі, як зазначаюць І. І. Антановіч і У. П. Скараходаў, – напоўніць вольны час чалавека высокім культурным зместам, выпрацаваць устойлівую звычку да сталага спажывання духоўных каштоўнасцей і навучыць арыентавацца ў невычэрпным культурным багацці свету [1, с. 223].

У Кодэксе Рэспублікі Беларусь аб культуры тэрмін «культурная дзейнасць» вызначаецца як дзейнасць па стварэнню, аднаўленню (адраджэнню), захаванню, ахове, вывучэнню, выкарыстанню, распаўсюджванню і (або) папулярызацыі культурных каштоўнасцей, пра-

дастаўленню культурных даброт, эстэтычнаму выхаванню грамадзян Рэспублікі Беларусь, замежных грамадзян і асоб без грамадзянства. Акрамя таго ў Кодэксе вылучаецца арганізацыя культурнага адпачынку (вольнага часу) насельніцтва – напрамкі культурнай дзейнасці па задавальненні асветных, эстэтычных, пазнавальных і забаўляльных патрэб насельніцтва, а таксама патрэб у міжасобасных адносінах і адпачынку [2].

Разам з тым у раздзеле 4.6. «Культура як крыніца духоўнага здароўя нацыі і сацыяльнай стабільнасці» «Нацыянальнай стратэгіі ўстойлівага сацыяльна-эканамічнага развіцця Рэспублікі Беларусь на перыяд да 2030 года» (зацверджана пратаколам пасяджэння Прэзідыума Савета Міністраў Рэспублікі Беларусь ад 2 мая 2017 г., № 10) вылучаецца неабходнасць стварэння ўмоў для павышэння сацыяльнай і эканамічнай эфектыўнасці сферы культуры шляхам мадэрнізацыі сферы культуры і забеспячэння інавацыйнага развіцця арганізацый культуры за кошт паўсюднага ўкаранення і распаўсюджвання новых інфармацыйных прадуктаў і тэхналогій [6].

Акрамя таго дадзеным дакументам прадугледжаны: змены канфігурацыі культурнай прасторы, уключаючы развіццё культурных індустрыяў у сферы забаў, кіна-, відэа-, выдавецкай дзейнасці, шоу-бізнесу, народных промыслаў і рамёстваў; развіццё творчых кластараў з адпаведнай інфраструктурай; павышэння якасці прадстаўлення культурных паслуг з выкарыстаннем механізмаў шматканальнага фінансавання пры захаванні за дзяржавай функцый забеспячэння мінімальнага сацыяльнага стандартаў і інш. [Там жа].

У практыцы дзяржаўнага фінансавання арганізацый культуры «на першы план у гэты перыяд вылучаюцца: а) прыцягненне пазабюджэтных крыніц да фінансавання дзяржаўных праектаў і праграм; б) стымуляванне механізмаў самафінансавання сферы культуры» [Там жа, с. 50]. Тым самым перад установамі культуры пастаўлены вельмі складаныя задачы пераходу да ажыццяўлення стратэгіі ўстойлівага развіцця на аснове ўкаранення новых эканамічных механізмаў кіравання і адначасова выкананні місіі культуры ў сучасным грамадстве.

Менеджмент арт-праектаў і менеджмент арганізацый культуры і мастацтваў знаходзяцца ва ўзаемадзеянні, спрыяючы тым самым дынаміцы арганізацыйнага стану ўстаноў культуры «ад закрытасці да адкрытасці». Тэхналогіі арт-менеджменту накіраваны на арганізацыю сумесных дзеянняў, закліканую служыць для дасягнення пастаўленых мэт; размеркаванне дзеянняў і аперацый, камунікацыю, зносіны, дзякуючы якім плануюцца ўмовы дзейнасці і выбар падыходных спосабаў дзеяння; абмен спосабамі дзеяння, які задаецца мэтай атрымання сукупнага крэатыўнага прадукта дзейнасці.

Такім чынам, выкарыстанне арт-менеджменту дае магчымасць: рэальна вызначаць прыярытэтныя напрамкі дзейнасці, аправуць іх у

форму суцэльных праграм і праектаў, выразна і дакладна фармуляваць мэты і чаканыя вынікі, фармуляваць крытэрыі паспяховасці выканання праектаў, свядома ўлічваць магчымыя рызыкі, аптымізаваць выкарыстанне рэсурсаў арганізацыі, забяспечваць розныя механізмы фінансавання арт-праектаў, што, у сваю чаргу, садзейнічае рэалізацыі задач дзяржаўнай палітыкі ў галіне культуры і мастацтваў.

1. Антонович, И. И. Свободное время и культура / И. И. Антонович, В. П. Скороходов. – Минск : Ковчег, 2008. – 230 с.

2. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронны рэсурс]: 20 ліп. 2016 г., № 413-3 : прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрв. 2016 г. : адобр. Саветам Рэсп. Беларусь 30 чэрв. 2016 г. – 161 с. – Рэжым доступу: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Hk1600413>. – Дата доступу: 01.09.2023.

3. Колбер, Ф. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия / Ф. Колбер, И. Эврар // Арт-менеджер : журн. для профессионалов. – М., 2002. – № 3. – С. 3–7.

4. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер ; пер. с англ. Л. Мочалова ; под ред. М. Наймарк. – СПб. : Изд. Васин А. И., 2004. – 256 с.

5. Культура Беларуси: 20 год развіцця, 1991–2011 / М-ва культуры Рэсп. Беларусь, Дзярж. установа адукацыі «Ін-т культуры Беларусі»; [С. П. Вінакурава і інш. ; ідэя і агул. рэд. А. А. Галкіна, І. Р. Голубевай ; навук. рэд. І. І. Крук, А. А. Галкін]. – Мінск, 2012. – 326 с.

6. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Электронный ресурс] : одобр. : протокол заседания Президиума Совета Министров Респ. Беларусь от 2 мая 2017 г., № 10 / М-во экономики Респ. Беларусь. – Минск, 2017. – 148 с. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 01.09.2023.

7. Переверзев, М. П. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / М. П. Переверзев, Т. В. Косцов ; под ред. М. П. Переверзева. – М. : Инфра-М, 2007. – 192 с.

8. Суминова, Т. Н. Арт-менеджмент в контексте индустрии досуга / Т. Н. Суминова / Вестн. МГУКИ. – 2019. – № 2 (88). – С. 128–134.

9. Суминова, Т. Н. Арт-менеджмент: реализация государственной политики в сфере культуры и искусства : моногр. / Т. Н. Суминова. – М. : Академ. проект, 2017. – 167 с.

10. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, 2001. – 384 с.

11. Чижиков, В. М. Введение в социокультурный менеджмент : учеб. пособие / В. М. Чижиков, В. В. Чижиков. – М. : МГУКИ, 2003. – 382 с.