

Андралович С.С., студ. гр.211 ФК и СКД
БГУКИ
Научный руководитель – Смаргович И.Л.,
доцент

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АРТ - МЕНЕДЖЕРА В ТВОРЧЕСКОЙ (КУЛЬТУРНОЙ) ИНДУСТРИИ

С 1960-х годов 20 века в связи с культурной революцией во всем мире наблюдается процесс сближения искусства и коммерции. С этим и связано возникновение творческих индустрий - «деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности»[1, с.12]. Заметим, что в нашей стране творческие индустрии не получили такого развития, как в Европе, но для этого у них есть все перспективы. А без решения проблемы эффективного управления, успешная интеграция искусства и рынка, а также внедрение новых инновационных форм культурного предпринимательства практически невозможна. Именно поэтому в данной работе мы выявили главные особенности профессиональной деятельности, основные характеристики арт - менеджеров и их роль в развитии творческой индустрии. Следует отметить, что этот вопрос вызывает большой интерес у исследователей, среди которых Р. Флорида, Дж. Браун, Б. Шмит, Ф. Колбер, И. Эврар, Дж. О'Коннор, Е. В. Зеленцова, А. Прудникова, Г. Новикова, Э. Уткин.

Арт - менеджмент очень сильно отличается от общего менеджмента из-за одновременной значимости многих целей и задач, которые он перед собой ставит. По определению таких исследователей, как Ф. Колбер, И. Эврар, он находится «между теоретической структурой (менеджмент) и социальным сектором (искусство)», поэтому и является поддисциплиной, существенно отличающейся от общего менеджмента.

Алексей Гончарик, один из исследователей творческих индустрий России, отмечает, что в центре внимания современной жизни должно стать творчество. Новые сферы культуры, такие как мода, телевидение, дизайн становятся коммерческими и способствуют появлению творческих профессионалов и менеджеров в сфере культуры. Главная проблема арт-менеджмента в нашей стране связана, в первую очередь, с низким уровнем развития предпринимательства в сфере искусства.

«Нехватку в искусстве квалифицированных управленческих и продюсерских кадров специалисты объясняют низкой рентабельностью этого рода деятельности и, как следствие, его малой привлекательностью для квалифицированных менеджеров, особенно молодых. Однако, это верно лишь отчасти. Зарубежный опыт подтверждает, что даже элитарное академическое искусство может приносить прибыль и художнику, и организаторам творческих проектов» [2, с.39]. В последние годы спрос на творческую деятельность, культуру и искусство стал постепенно расти, так же как возрастает интерес отечественных спонсоров и меценатов к инвестициям и безвозмездным пожертвованиям в искусство. «Но для того, чтобы эффективно распорядиться этими средствами, а также овладеть новыми методами и подходами, требуется качественно иной уровень менеджмента в сфере культуры» [2, с.42].

Сегодня в большинстве случаев понятие арт-менеджмент понимается как артистический менеджмент, т.е. «профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации (продюсерского центра, фирмы)» [3, с.22].

Исторически сложилось, что менеджмент – это управление в условиях рыночной экономики. В связи с этим один из ведущих российских специалистов в данной области Эдуард Андреевич Уткин

говорит о том, что менеджеры должны иметь широкую общую подготовку, прежде всего в экономических дисциплинах, в совершенстве знать хотя бы один из западных языков, владеть ПК. Наряду с этим каждому необходима и более узкая специализация, предопределяющая конкретную сферу бизнеса, в которой придется работать. Таким образом, мы выделим главную особенность - это работа в сфере культуры и искусства, которая предполагает иной подход к решению поставленных задач.

Среди основных функций менеджмента - организация, контроль, координация, регулирование, исследование, на которых и базируется профессиональная деятельность менеджера, включающая в себя важный элемент - компетентность (наличие специального образования, широкой эрудиции в различных областях и умение правильно ее применять, системность мышления и организаторские способности). Важным качеством менеджера является способность выслушать собеседника и установить с ним деловые, а иногда и дружеские контакты. Ведь всегда приятно общаться с активным и сдержанным в общении человеком, к тому же обладающим деловым обаянием, умеющим правильно вести себя в экстремальных ситуациях. А такие качества как честность, порядочность, принципиальность и вовсе являются незаменимыми. Для арт - менеджера необходима креативность, способность придумать нечто новое, чего еще никто не видел, сделать проект интересным как в содержательном плане,

так и эстетическом. Способность менеджера творчески решать проблемы позволяет ему эффективно работать в ситуациях неопределенности, которые довольно часто возникают в условиях рыночной экономики. Также, не будем забывать, что, как и в любом бизнесе, основополагающей характеристикой является конкурентоспособность в условиях рынка. А это значит, что кроме всего прочего, менеджер должен обладать экономическими навыками.

Таким образом, менеджеру в процессе работы в творческой индустрии необходимо знать: основы теории культуры и искусства, методологические аспекты и основы менеджмента, основы предпринимательства, технологию принятия и реализации управленческих решений, методы управления персоналом, основы и практику маркетинга, рекламы, продюссерства, способы и инновационные методы привлечения денежных средств для реализации своей идеи (спонсорство, фандрайзинг). И уметь: вести управленческую, маркетинговую деятельность, оценивать обоснованность принятых решений, оценивать качественный уровень предоставляемых им услуг, разрабатывать программы и планы маркетинга, осуществлять планирование, организовывать труд персонала, эффективно налаживать связи и партнерства, создавать эксклюзивный и интересный продукт.

Арт-менеджер – это зачастую не просто начальник, а идейный вдохновитель. Его успех напрямую зависит от цели, которую он ставит перед собой, а, следовательно, ему необходимо побуждать работников к творческой деятельности, суметь выбрать правильную стратегию продвижения своего проекта и совместить его творческую, нестандартную и инновационную сторону вместе с его экономически выгодной и успешной реализацией. Для этого нужны творчески мыслящие, образованные и заинтересованные своей работой люди, создающие рыночные продукты, экономическая ценность которых заключена в их культурных свойствах. Для нашей страны это особенно актуальный вопрос, так как развитие творческих индустрий всегда влечет за собой повышение уровня культуры и распространения творчества. И в наших силах, как будущих менеджеров социально- культурной сферы, ускорить этот процесс и сделать его наиболее эффективным. Ведь основной урок, преподанный культурой производству и бизнесу на рубеже веков - урок творчества.

Список использованной литературы:

- 1.Гнедовский, М. Творческие индустрии: политический вызов для России / М. Гнедовский // Отечественные записки. – 2005. - №4. – С.12-17.
- 2.Прудникова, А. Государство и менеджер культуры: перспективы взаимодействий / А. Прудникова, О. Паутова // Арт-менеджер. - 2003. - №2. - С.38-44.
- 3.Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента: Учебное пособие / Г.Н.Новикова. - М.: Издательский Дом МГУКИ, 2006. – 178с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ