

Качество подготовки специалистов зависит и от того, насколько инновационными личностями являются преподаватель и студент, который должен нести ответственность за качество своей профессиональной подготовки.

1. Государственная программа развития инновационного образования на 2008–2010 годы и на перспективу до 2015 года / М-во образования Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://edu.gov.by>. – Дата доступа: 20.12.2013.

2. Лукин, О. А. Приоритеты развития современного практического обучения / О. А. Лукин // Перспективы развития высшей школы : материалы V Междунар. науч.-метод. конф., г. Гродно 24–25 мая 2012 г. / редкол.: В. К. Пестис (отв. ред.) [и др.]. – Гродно : ГГАУ, 2012. – С. 107–108.

3. Макет образовательного стандарта высшего образования первой ступени / М-во образования Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://edu.gov.by>. – Дата доступа: 28.11.2013.

4. Сакович, С. М. Инновационные технологии и методы обучения в профессиональном образовании / С. М. Сакович // Социокультурные факторы инновационного развития организации : материалы науч.-практ. интернет-конф. (Москва, 17 ноября 2009 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mai.ru/events/sfiro/articles.php>. – Дата доступа: 20.12.2013.

С. А. Простакова,
*преподаватель кафедры менеджмента
социокультурной деятельности*

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ КАК ПРОСТРАНСТВО ФОРМИРОВАНИЯ НАВЫКОВ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ СТУДЕНТОВ

Сегодня арт-менеджмент рассматривается как профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижение на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей. Планирование, организация, мотивация и контроль как структурные элементы управления имеют общие характеристики, связанные с процессом коммуникации для принятия правильных решений и обмена информацией [2, с. 22].

Межличностная коммуникация является естественной и неотъемлемой частью процесса управления. Коммуникация в организации представляет собой взаимодействие субъектов и направлена на получение или сообщение информации, необходимой для качественного выполнения функциональных и должностных обязанностей, управление поведением людей, их состоянием и отношением к целям и задачам, удовлетворение потребности в общении.

Арт-менеджмент – это особый вид управленческой деятельности в сфере искусства, который включает процесс создания и распространения художественной продукции. Поэтому управленческая деятельность в сфере арт-менеджмента требует не только принятия определенных решений, но и глубокого усвоения фундаментальных знаний истории и теории отечественной и зарубежной культуры, творческого наследия выдающихся мастеров эстрадного, театрального, музыкального, изобразительного искусства, классиков киноискусства, народного творчества; познания теории и практики менеджмента в сфере шоу-бизнеса в стране и за рубежом [1, с. 8].

Основываясь на вышесказанном, можно говорить о двойственности управленческой деятельности в сфере арт-менеджмента, которая заключается в освоении коммуникации в рамках межличностного взаимодействия и понимания искусства, его невербального языка.

Знаковую систему невербального языка составляют образы (художественные, графические, скульптурные и др.), поведенческая атрибутика (жесты, мимика, визуальные контакты и др.), язык научных моделей (схем, формул, графиков, диаграмм) и т. д. Несмотря на «беззвучность» невербальный язык обладает коммуникативным характером. Передача знания в ходе невербальной коммуникации реализуется в виде сообщения.

В перцептивном аспекте общения невербальный компонент играет решающую роль. По данным ученых, от 80 % [7, с. 53] до 93 % [6, с. 3] информации передается посредством невербальной коммуникации. Внимательное наблюдение за поведением человека показывает, что невербальный язык демонстрирует большую «звучность», прозрачность и конкретность, чем вербальный язык. Невербальная форма общения является весьма эффективной репрезентативной знаковой системой, позволяющей транслировать внутреннее знание субъекта во

внешнюю среду. Такую трансляцию можно рассматривать в качестве невербального коммуникативного процесса. Рассматривая процесс невербальной коммуникации как один из способов репрезентации знания в сфере культуры, следует обратить внимание на высказывание П. Романовского, который в рамках межкультурной коммуникации определяет культуру как переплетение вербальной и невербальной коммуникации и лежащих в их основе ценностей [7, с. 53].

Искусство можно определить как образное осмысление действительности. Создавая художественное произведение, творец в знаковой форме дает свое понимание действительности, отражает свой внутренний мир, тем самым, выражая субъективное знание.

В данном случае деятельность арт-менеджера должна быть основана на глубоких знаниях в области искусства, составляющих основу понимания его невербального языка. Эти знания необходимы для результативной организации процесса создания и распространения художественной продукции. Поэтому пространство арт-менеджмента требует от специалиста быть не просто успешным управленцем, разбираться в искусстве, брать на себя художественную ответственность за продвижение данного продукта на рынок культурных услуг, но и быть личностью с определенным образом мира, иметь свой стиль и манеру поведения, конкретную жизненную позицию, вести соответствующий образ жизни и др. [5].

Доклад группы экспертов Фонда Рокфеллера «Исполнительское искусство: проблемы и перспективы», опубликованный в 1965 г., определил хорошего менеджера как «человека, хорошо разбирающегося в искусстве, которым он занимается; импресарио, исследователя рынка, дипломата, просветителя, эксперта по связям с общественностью, проницательного человека с опытом, служителя общества, неутомимого – но законопослушного – лидера, тирана и вечного студента искусства» [4, с. 62–63].

Таким образом, пространство арт-менеджмента представлено в основном в невербальной форме, которая требует осмысления и новых подходов к формированию навыков невербальной коммуникации студентов.

В качестве педагогических условий, обеспечивающих эффективность процесса формирования навыков невербальной

коммуникации студентов, можно определить применение соответствующих технологий обучения, которые базируются «на выявлении особенностей обучающегося, как субъекта; признании его субъективного опыта, как самобытности и самоценности; построения педагогических воздействий с максимальной опорой на этот опыт, постоянного согласования в ходе обучения двух видов опыта – общественного и индивидуального; раскрытие индивидуального своеобразия получения знаний через анализ способов учебной работы» [3, с. 23]. Немаловажным в этом процессе становится освоение ряда учебных дисциплин, связанных с коммуникацией, искусствоведением, психологией и др.

Кроме этого, для освоения пространства арт-менеджмента очень важно задействовать:

- интегративные (межпредметные) связи, позволяющие студентам в течение всего периода обучения формировать навыки невербальной коммуникации, тем самым определяя свою модель будущего управленца-лидера;

- современные педагогические технологии, связанные с процессами межличностной и межкультурной коммуникации, ориентированной на инновационный, качественный путь развития и взаимодействия искусства и управления;

- практические задания, направленные на выработку личного имиджа будущего арт-менеджера;

- требования к содержанию самостоятельной работы студентов, приближенные к условиям будущей профессиональной деятельности арт-менеджера.

Таким образом, формирование навыков невербальной коммуникации студентов может осуществляться только в рамках комплексного подхода к изучению учебных дисциплин всего периода обучения, направленных на выработку профессиональных качеств будущего арт-менеджера.

1. Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в сфере искусства и культуры : учеб. пособие / под. ред. Н. И. Аксютика, Е. А. Макаровой ; Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск, 2008. – 155 с.

2. Новикова, Г. Н. Технологии арт-менеджмента : учеб. пособие / Г. Н. Новикова. – М. : Изд. дом МГУКИ, 2006. – 178 с.

3. Пидкасистый, П. И. Организация учебно-познавательной деятельности студентов / П. И. Пидкасистый. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Педагогическое общество России, 2005. – 144 с.

4. Пилилян, Е. К. Менеджмент культуры: учеб.-метод. пособие / Е. К. Пилилян. – Владивосток : Из-во ДВГТУ, 2007. – 80 с.

5. Суминова, Т. Н. Формирование «эффективной личности» арт-менеджера как одна из основных задач вузов культуры и искусств / Т. Н. Суминова // Формирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://refdb.ru>. – Дата доступа 23.01.2012.

6. Romanowski, P. How to incorporate a cultural component into ELT? / P. Romanowski // The Teacher. – 2005. – № 12 (34). – Pp. 48–53.

7. James, J. The body language rules / J. James. – Naperville : Sourcebooks, 2009. – 416 p.

Т. Д. Рабец,
*доцент кафедры
межкультурных коммуникаций,
кандидат филологических наук*

НАПРАВЛЕНИЯ И МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛИЗАЦИЙ «МЕНЕДЖМЕНТ МЕЖДУНАРОДНЫХ КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ» И «МЕНЕДЖМЕНТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Основной задачей обучения студентов специализаций «менеджмент международных культурных связей» и «менеджмент рекламы и связей с общественностью» является подготовка компетентных, квалифицированных специалистов, способных к саморазвитию, самообразованию, инновационной деятельности, готовых к постоянному профессиональному росту, социальной и профессиональной мобильности. Новые социально-экономические тенденции в обществе повышают требования не только к качеству подготовки высококвалифицированных специалистов, но и к развитию их интеллектуальных и творческих способностей, позволяющих свободно владеть профессией, развивать способность критически мыслить, выражать и защищать свою точку зрения, позиции, успешно находить выход из сложных и нестандартных ситуаций. В связи с этим наиболее актуальной становится проблема повышения эффективности самостоятельной работы студентов через придание ей проблемно-поискового характера, мотивирующего на формирование учебной и профессиональной компетенции. Не-