

структура и жесткий хронометраж. Этот пример отражает формирование комплексного художественного образа с помощью маркетинговых инструментов, в данном случае, трейлера. Художественный (экранный) образ в данном случае представляет собой совокупность конкурентных преимуществ кинокартины, поскольку четко выверенная структура и содержание трейлера призвана «захватывать» и «управлять» пассивным зрительским восприятием. (Пассивным, поскольку трейлер не оставляет места для зрительского воображения). Кроме того, благодаря небольшому хронометражу трейлеров, ими очень удобно наполнять медиапространство, что также является одним из маркетинговых инструментов продвижения и способствует увеличению зрительской аудитории экранного продукта.

В результате, конвергенция медиа и экранной культуры повлияла на производство экранной продукции, во-первых, демократизацией художественного языка, во-вторых, быстротой и легкостью копирования аудиовизуального материала, приемов и средств выразительности. Это привело к унификации художественного языка кино, которых легко поддается дешифровке (речь идет о коммерческом кинематографе).

Литература

1. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева. – М. : Канон-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – 464 с.

2. Нарижный, Ю. А. Философия постмодернизма / Ю. А. Нарижный. – Электронный ресурс. [режим доступа] URL: <http://postmodern.in>. – дата доступа: 12.11.2020.

УДК 378.091.2-051:005

Е. А. Макарова

/ г. Минск, Республика Беларусь /

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ И НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПОДГОТОВКЕ МАГИСТРАНТОВ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ»

Необходимость открытия научно-исследовательской и педагогической магистратуры по специальности «Арт-менеджмент» в учреждении образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» обусловлена мощным влиянием процессов информатизации, глобализации и интернет-коммуникаций на условия функционирования искусства и культуры в современном социуме.

Арт-менеджмент является самостоятельным научным направлением, имеет свой предмет исследования и ряд признаков, позволивших ему выделиться из культурологии, классического менеджмента и экономической

теории. Согласно утверждению основоположника школы арт-менеджмента Ф. Колбера, арт-менеджмент – новое дисциплинарное направление, «наука третьего тысячелетия», которая призвана сыграть основную роль в создании научно-обоснованной системы управления в сфере искусства и культуры, настроенной на новый тип экономических отношений» [1, с. 3–7].

Полноправие арт-менеджмента как области научного знания подтверждается наличием специальных исследований и научных публикаций, сформировавших систему знаний о закономерностях арт-менеджмента как управленческой деятельности, а также наличием образовательных программ по арт-менеджменту в разных странах мира [1, с. 5].

Не вызывает сомнения, что более активное внедрение арт-менеджмента в структуру деятельности учреждений культуры и искусства отвечает насущным задачам социально-экономического развития нашего общества, при которых возникает необходимость комплексного финансирования культуры, где одним из механизмов выступает государственно-частное партнерство.

Научно-исследовательская значимость открытия магистратуры по специальности «Арт-менеджмент» в условиях высшего образования определяется стоящими перед наукой задачами, в числе которых дальнейшая разработка методологических и теоретических основ арт-менеджмента как вида управленческой деятельности в сфере культуры и искусства; исследование арт-менеджмента как научно-обоснованной, самостоятельной сферы профессиональной деятельности в структуре социокультурного менеджмента; выявление особенностей арт-менеджмента в различных видах и формах культуротворческой деятельности.

Следует подчеркнуть инновационный характер образовательной программы магистратуры по специальности «арт-менеджмент», что составляет определенную сложность в ее освоении. Так, практика внедрения и реализации проектов в сфере культуры и искусства за последние годы, с одной стороны, показывает эффективность этой формы организационно-управленческой активности и то, что данная проблематика находится сегодня в центре внимания отечественных и зарубежных ученых и специалистов, вместе с тем, на теоретико-методологическом уровне анализ специфики проектной деятельности в сфере культуры и искусства и определение основных направлений ее эффективного применения остаются недостаточно исследованными.

Можно утверждать, что, несмотря на повышенный интерес профессиональной среды к проблемам управления в сфере отечественного искусства и культуры, ощущается нехватка концептуально-теоретических разработок, посвященных проблемам арт-менеджмента, научно-обоснованных алгоритмов профессиональной деятельности специалистов в условиях Беларуси, с учетом национальных традиций, менталитета белорусского народа, а также особенностей становления и развития современных видов и форм художественной деятельности.

Специалисты признают, что факторами, препятствующими успешному внедрению арт-проектов в социокультурную практику, являются, прежде

всего, недостаточная разработанность научно-методологических и методических подходов к проектной деятельности в сфере культуры и искусства, отсутствие практики обобщения соответствующего зарубежного и отечественного опыта[3; 4].

В ряде исследований актуализируется необходимость создания, так называемого, национально ориентированного арт-менеджмента, включающего культуроохранные, культуротворческие, образовательные, исследовательские, проектные, информационно-рекламные, управленческие технологии и инновационные способы их реализации, стимулирующие интерес к национальному искусству и культуре.

Цель обучения в магистратуре – формирование профессионального мировоззрения и методологических подходов, направленных на теоретическое осмысление и практическое исполнение задач по управлению проектами в сфере искусства; подготовка арт-менеджеров, способных разрабатывать инновационные проекты по формированию креативного культурного пространства как ценности и национального достояния, создавать условия для реализации культурного и духовного потенциала нации.

Научно-педагогическая значимость открытия магистратуры по специальности «Арт-менеджмент» определяется необходимостью овладения магистрантами образовательными технологиями формирования профессиональных компетенций будущих специалистов сферы культуры и искусства, способных разрабатывать и внедрять в практику арт-проекты.

Подготовка арт-менеджеров в условиях магистратуры с опорой на маркетинговые исследования и проектный менеджмент в значительной мере может восполнить существенный пробел в области как теоретического, так и прикладного поля деятельности арт-менеджеров, что соответствует инновационному развитию сферы культуры Беларуси.

Арт-менеджмент – профессиональное управление процессами создания и продвижения на рынок культурных услуг результатов художественно-творческой деятельности посредством технологий менеджмента и маркетинга. Это научно-практическая деятельность, обеспечивающая управление художественными процессами, процессами производства и потребления художественных ценностей, разработку и продвижение арт-проектов на рынок культурных продуктов и услуг. Кроме того, арт-менеджмент – это деятельность, направленная на регулирование процессов в сфере арт-индустрии и влияние на экономическую, политическую, социальную и духовную составляющую жизни общества, что подтверждается результатами исследований Ф.Колбера [1; 2], С.В. Костылева [3], Т.Н.Суминовой [5] и других авторов.

Образовательный стандарт по специальности 1-20 80 01 Арт-менеджмент отражает единство методологических, теоретических и технологических подходов к осмыслению арт – менеджмента, что позволит магистрантам приобрести необходимые знания, умения и профессиональные компетенции для самостоятельной профессиональной деятельности в сфере арт-индустрии. В нем определены объекты профессиональной деятельности

магистра, которыми являются: концепции и теории арт-менеджмента; процессы освоения, сохранения, создания и распространения ценностей художественной культуры; модели управления проектной деятельностью в сфере культуры и искусства; образовательные системы и образовательные инновации.

Обучение в магистратуре данного направления в учреждении образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» обеспечивается должным уровнем теоретико-методологических разработок, что подтверждается успешным осуществлением ряда научно-исследовательских тем: «Концептуально-теоретические и технологические основы арт-менеджмента» (2006-2010 гг.); «Маркетинг культурных услуг в Республике Беларусь» (2011-2015 гг.); «Социокультурный менеджмент в контексте приоритетов государственной политики в сфере культуры Республики Беларуси» (2016-2020 гг.); а также высоким научно-теоретическим и образовательным уровнем профессорско-преподавательского состава, с соответствующими учеными степенями и званиями.

Обучение магистрантов специальности «Арт-менеджмент» представляется особенно перспективным, поскольку именно в рамках этой специальности осуществляется подготовка активных, инициативных и компетентных специалистов, обладающих навыками исследования арт-индустрии и внедрения технологий арт-менеджмента в сферу культуры, искусств и досуга. В основе профессиональной подготовки по специальности «арт-менеджмент» лежит полихудожественный подход и проектный менеджмент.

Освоение магистрантами дисциплин учебного плана, таких как: «Методология анализа феноменов художественной культуры», «Методология разработки арт-проектов», «Проектные технологии в региональной культуре Беларуси» позволяет осуществить самостоятельные научные исследования в аспирантуре по следующим специальностям: по 24.00.01 – теория и история культуры (культурология); 13.00.05 – теория, методика и организация социально-культурной деятельности (педагогические науки);

Образовательная программа магистратуры по специальности «арт-менеджмент» ориентирована на подготовку руководителей современных арт-проектов в различных областях социокультурной сферы. Она сочетает в себе базовые теоретические знания по арт-менеджменту и методологические подходы к проектно-предпринимательской деятельности в сфере культуры и искусства, досуга и индустрии развлечений.

Литература

1. Колбер, Ф. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия / Ф. Колбер // Арт-менеджер. – 2002. – № 3. – С. 3–7.
2. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер и др. – СПб. : Издатель Васин А.И., 2004. – 256 с.
3. Костылев, С. В. Технологии арт-менеджмент в структуре социокультурного технологического комплекса / С. В. Костылев // Вестн. Краснояр. гос. аграр. ун-та. – 2014. – № 1. – С. 212–219.

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

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

УДК 821.111-2.09Шоу

О. С. Манякіна
/ м. Маріуполь /

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОБРАЗУ ДОН ЖУАНА В СВІТОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ Б.ШОУ «ЛЮДИНА І НАДЛЮДИНА»)

Дослідження образу Дон Жуан як в літературі, так і в світовій культурі наразі залишається актуальним і в сьогоденні. Це одним з суперечливих і улюблених образів у літературі. Спочатку він увійшов у світову літературу як образу лицаря, готового заради чуттєвих насолод порушити моральні і релігійні норми, не тільки людські, але і моральні закони. Образ Дон Жуан був об'єктом розгляду багатьох письменників і поетів різних часів, а саме Тірсо де Моліна, Ж.-Б. Мольєра, П. Меріме, А. С. Пушкіна, Дж. Байрона, А. К. Толстого, М. Цветаєвої, Лесі Українки, М. Гумільова, Б. Шоу та ін. В багатьох публікаціях зустрічаємо ототожнення образу Дон Жуана з так званим в літературі «вічним образом» героя. Так В. Багно пропонує розділяти образи вічні: ті що «раз і назавжди закарбовані художником і супроводжують нас в єдиному, накресленому обличчі» та світові, які викликають одночасно симпатію і внутрішній протест, засновані на нерозв'язних суперечностях. На думку дослідника, суперечка між колективними цінностями і особистою мораллю - як гарантією змін та поновлення людського життя - то корінне протиріччя, яке становить ядро образу Дон Жуана і робить його вічно актуальним, провокує художників на нескінченне «варіювання» цього образу, а в читачі підтримує постійний до нього незгасний інтерес [1, с. 235-236].

Так п'єса Б. Шоу «Людина і Надлюдина» написана в період 1901-1903 рр. і стала реакцією на політичні події, які відбувалися в країні. Автор в п'єсі відобразив свої власні погляди на життя: політичні, філософські, соціальні. Тому не випадково п'єса названа «комедія з філософією». Комедія тому, що в п'єсі представлена грайлива ситуація, де жінка переслідує чоловіка, нав'язуючи йому шлюб. Філософія полягала в тому, що сам Дон Жуан в цій п'єсі в першу чергу є носієм філософських поглядів. Про це Б. Шоу заявляє в передмові «Що таке Дон Жуан? У вульгарному уявленні - розпусник, але Дон Жуан в філософському уявленні - це людина, яка чудово вміє розрізняти добро і зло» [2, с. 354]. Зазначимо, що п'єса Б. Шоу була настільки шокуючою і парадоксальною, що навіть не знайшлося відразу видавця, який погодився б випустити цей твір. Тому автор у 1903 році видав його сам.