

Подобные упражнения помогают участникам интеракции лучше ориентироваться в речевых ситуациях, а также расширяют тематический контекст, необходимый для успешного овладения иностранным языком.

1. Куклина, Н. В. Развитие речи на занятиях по РКИ на этапе предвузовской подготовки [Электронный ресурс] / Н. В. Куклина. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-rechi-na-zanyatiyah-po-rus-skomu-yazyku-kak-inostrannomu-na-etape-predvuzovskoy-podgotovki>. – Дата доступа: 10.01.20.

2. Русский язык как иностранный : пособие / сост. Е. А. Желунович, А. В. Скаковская, Л. Б. Федорович ; М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – 3-е изд., испр. и доп. – Минск : БГУКИ, 2018. – 105 с.

**И. Л. Смаргович,**  
*доцент кафедры менеджмента  
социально-культурной деятельности*

## **СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ БУДУЩИХ КУЛЬТУРОЛОГОВ- МЕНЕДЖЕРОВ В РАМКАХ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «АРТ-ИНДУСТРИЯ»**

С середины 90-х годов XX в. в нашей стране активно развивается предпринимательская деятельность, в том числе – в сфере культуры, искусства и досуга. Еще согласно первому Закону о предпринимательстве в Респ. Беларусь, принятому в 1991 г., предпринимательство понимается как самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия) [1]. С тех пор в Беларуси начали свое активное функционирование частные организации культуры, искусства, досуга – частные музеи, театры, галереи, продюсерские центры, концертно-гастрольные агентства, развлекательные центры, модельные агентства, игровые студии, рекламные и туристические фирмы, ивент-агентства, музыкальные и танцевальные студии и школы и т. д.

Государственные учреждения культуры (театры, музеи, библиотеки, Дворцы и Дома культуры и т. д.) также ведут определенную предпринимательскую деятельность – оказывают платные услуги населению в соответствии со спецификой своей деятельности. Это необходимая мера, т. к. рыночные отношения «вынуждают учреждения культуры иметь некий иной, негосударственный, источник формирования финансовых средств, откуда можно было бы при необходимости их черпать. Таким источником финансирования в современных условиях становится предпринимательская деятельность» [2, с. 261]. В этой связи актуальным явилось внедрение в план подготовки специалистов-культурологов в Белорусском государственном университете культуры и искусств учебной дисциплины «Арт-индустрия». Арт-индустрия в современной теории и практике функционирования социально-культурной сферы понимается как сфера деятельности, включающая производство, сбыт произведений искусства и услуг в сфере культуры и досуга, сопряженные секторы и потребительские целевые аудитории. Арт-индустрия – это новый вид предпринимательской активности в сфере культуры и одновременно один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики. Арт-индустрии объединяет предприятия и предпринимателей, продукция которых несет в себе потенциал создания добавочной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации творческой, интеллектуальной собственности.

Целью учебной дисциплины «Арт-индустрия» является освоение студентами теоретических основ арт-индустрии, формирование у студентов навыков и умений в области организации деятельности различных секторов арт-индустрии в Республике Беларусь, стимулирование предпринимательской активности студентов.

В рамках учебной дисциплины предусмотрена поэтапная система, каждый элемент которой готовит студентов к выполнению лабораторных и самостоятельных работ, нацеленных в итоге на стимулирование предпринимательской активности будущих специалистов-культурологов. В частности, в рамках самостоятельной работы и лабораторных занятий студенты выполняют ряд заданий, разработанных автором учебной дисциплины. Будущие специалисты-менеджеры изучают деятель-

ность коммерческих организаций в разных секторах арт-индустрии, их продукты и услуги, механизмы их продвижения и продажи. Студенты также исследуют предпринимательскую деятельность бюджетных учреждений культуры и искусства – платные услуги населению. На занятиях составляются списки платных услуг разных типов учреждений, обсуждается их востребованность и предлагаются потенциально востребованные платные услуги.

Далее студентам дается задание обосновать и представить по 2 бизнес-идеи в области арт-индустрии и индустрии досуга. На занятиях студенты представляют свои бизнес-идеи, подгруппы обсуждают этот материал, составляют схему управления производственными процессами в арт-индустрии и делают выводы.

Следующий этап – каждый студент получает задание подготовить по выданному заранее плану презентацию, посвященную развитию определенного сегмента арт-индустрии (концертно-гастрольного бизнеса, галерейно-выставочного бизнеса, индустрии моды, кинобизнеса и т. д.) и представить ее на лабораторных занятиях. Каждый сегмент должен быть презентован как область предпринимательской деятельности.

Эти задания постепенно подводят студентов к задаче составить краткий бизнес-план создания малого предприятия, организации, фирмы в области арт-индустрии, индустрии досуга. Задание выполняется микрогруппами студентов по 2 человека. Затем бизнес-планы презентуются на лабораторных занятиях, дополняются и исправляются.

Завершающим этапом занятий становится проведение тематической деловой бизнес-игры для студентов, разработанной автором учебной дисциплины «Арт-индустрия» и представленной в учебно-методическом комплексе по предмету.

В дополнение к лабораторным занятиям нами организуются соответствующие мастер-классы с участием ведущих специалистов в области арт-индустрии – это руководители туристических фирм, концертно-гастрольных и ивент-агентств, организаторы музыкальных фестивалей и т. п. Специалисты-практики раскрывают студентам особенности создания разных коммерческих организаций и проектов в сфере культуры и искусства, моделируют рабочие ситуации и обсуждают со студентами возможности их разрешения.

В перспективе мы планируем в рамках практических занятий по учебной дисциплине «Арт-индустрия» включать студентов в процессы бизнес-проектов реально действующих коммерческих организаций сферы культуры и искусства.

Все вышеперечисленные формы и методы занятий стимулируют предпринимательскую активность студентов в рамках учебной дисциплины «Арт-индустрия». В итоге выпускники кафедры менеджмента СКД – культурологи-менеджеры – часто создают свои предпринимательские структуры: концертно-гастрольные агентства, антикафе, ивент-агентства, художественные студии и школы, туристические агентства, продюсерские центры, детские развлекательные и образовательные студии и т. п. Также многие из них работают в государственных и частных организациях культуры и искусства, создавая качественные культурные продукты и услуги, востребованные на арт-рынке Беларуси.

Нельзя отрицать, что в современном обществе в сфере арт-индустрии сконцентрирован огромный рыночный потенциал. Процесс коммерциализации культуры, искусства и досуга начался в XX в., особенно во второй его половине, сейчас он приобретает все более быстрые обороты. Арт-индустрия становится одной из приоритетных и высокодоходных сфер экономики. В этой связи выработку навыков и умений в процессе создания и организации работы коммерческих организаций и проектов сферы арт-индустрии, стимулирование предпринимательской активности будущих культурологов мы считаем одним из приоритетных направлений подготовки будущих специалистов-менеджеров в сфере культуры.

---

1. О предпринимательстве в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 28 мая 1991 г., № 813-ХП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://belzakon.net/Законодательство/Закон\\_РБ/199/2123](https://belzakon.net/Законодательство/Закон_РБ/199/2123). – Дата доступа: 29.02.2020.

2. Теньшова, О. Н. Особенности предпринимательской деятельности в учреждениях культуры / О. Н. Теньшова // Вестн. ТОГУ. – 2017. – № 3(46). – С. 259–266.