

3. Шишлянникова, Н.П. К проблеме формирования музыкального вкуса подростков в общеобразовательной школе // Ped.Rev.. 2022. №3 (43). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/k-probleme-formirovaniya-muzykalnogo-vkusa-podrostkov-v-obsheobrazovatelnoy-shkole?ysclid=lf4721jgmh904542565> (дата обращения 28.03.2023)

Скурко Д.Ю., магистрант
дневной формы обучения

Научный руководитель – Пациенко С.А.,
кандидат культурологии

ТЕХНОЛОГИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА В СТРУКТУРЕ МАССОВЫХ ПРАЗДНИКОВ

Сегодня общекультурные, социальные, экономические факторы формируют пространство, в котором не просто создаются новые произведения, но которое активно влияет на формирование интересов и культурных потребностей публики, на становление отдельной личности.

Жизнь – праздник – искусство – культура связаны в неразрывное диалектическое единство материального и идеального. Философию праздника невозможно познать без осмысления социальной действительности. Эта действительность – активно действующая среда, в которой проявляется опыт, практика организации и проведения празднеств, зависимые и от сложившихся традиций; требований времени; стилевых тенденций эпохи; вкусов заказчика, исполнителя, участника, зрителя; количества вкладываемых материальных средств и др.

Праздничная культура Беларуси – неотъемлемая часть культурного развития белорусского народа. На современном этапе развитие праздничной культуры ведётся весьма активно, что позволяет увеличивать масштабы проведения праздников, усложнять концепции, расширять тематические горизонты мероприятий. Тенденцией последних лет является увеличение

количества массовых праздников в стране, которые проводятся не только в областных городах, но и в регионах.

Организация праздника предполагает этапы планирования, создания и реализации, вследствие чего совокупность музыкальных и художественных произведений, отдельных элементов праздника, объединённых общей концепцией, можно называть проектом (по аналогии с техническими дисциплинами). Следует отметить, что новое использование этого технического термина в практике современного арт-рынка, вызвало появление нового смысла его применения как совокупности этапов проектирования, подготовки и реализации в различных форматах.

Долгое время понятие «проект» использовалось, главным образом, в технической сфере и понималось как разработка документации для создания зданий или сооружений. Сейчас «проект» выходит за рамки технических наук и все чаще применяется в социокультурной или гуманитарной сферах – социологии, бизнес- и арт-менеджменте и т.д. Но при этом продолжает характеризоваться как процесс по созданию неких уникальных продуктов.

Белорусский исследователь Т. В. Карнажицкая рассматривает проект как «организационные рамки для планомерного, систематического и построенного на методических правилах получения знаний, идей и результата» [1, с. 4]. По отношению к арт-менеджменту изучение проектных технологий означает реализацию определённых специальных задач, связанных с осуществлением проектной деятельности внутри существующей структуры культурного предприятия или между различными культурными предприятиями [1].

Однако современное искусство предполагает не просто понятие «проект», а именно «арт-проект», что подразумевает определённые художественные практики, в которых акцент смещается с процесса создания конечного продукта на художественный объект как результат этого процесса. Ключевой в данном случае выступает приставка «арт-» (англ. – искусство), образуя рассматриваемое базовое понятие – «арт-проект».

Реализация массового праздника как арт-проекта предполагает использование ряда специальных технологий. Понятие «технология» происходит от древнегреческих слов: «*техне*» – *искусство, мастерство* – «*логос*» – *наука, знание, закон*. Под «технологией» в широком смысле понимается система целесообразной практической деятельности в соответствии с целью, спецификой и логикой процесса преобразования и трансформации того или иного объекта [4].

Активный и массовый процесс создания, апробации и внедрения технологий в социокультурную практику исследователи относят к началу 60-х годов XX века и связывают его, прежде всего, с использованием достижений научно-технического прогресса в различных областях социальной, культурной и педагогической деятельности. В настоящее время социальные технологии рассматриваются как один из видов антропологических технологий, которые базируются на достижениях таких наук как социальная психология, педагогика, менеджмент, искусствоведение, социология и др.

Разновидностью социальной технологии является технология социально-культурной деятельности, под которой понимается совокупность форм, методов, методик, разработок, расчёта, моделей проектирования и внедрения различных инноваций, способных обеспечить достижение определённой воспитательной цели [2, с. 3].

Рассматривая социально-культурные технологии как систему управления социокультурной деятельностью, Г.Н. Новикова полагает, «что социально-культурные технологии представляют собой педагогические системы последовательных алгоритмических организационно-управленческих действий, функционирования личностных, инструментальных и методологических средств, направленных на достижение планируемых результатов» [3, с. 13].

Поскольку технологии арт-менеджмента являются составной частью социокультурных управленческих технологий, они представляют собой целостную процессуальную систему административно-организационного,

нормативно-правового, финансово-экономического, информационно-аналитического, научно-методического и кадрового характера, направленную на создание необходимых условий для анализа, обобщения, систематизации и трансляции в современное социокультурное образовательное пространство ценностей культуры и современных достижений искусства и художественной практики.

Исходя из социокультурных оснований менеджмента в сфере культуры и искусства, российские исследователи Н.П. Копцева и С.В. Костылев выделяют следующие виды технологий арт-менеджмента: организационно-распорядительные; маркетинговые; образовательные и профессионально-ориентированные; творчески развивающие, формирующие; коммуникативные; рекламы и общественных связей; event-технологии; publicity-технологии [2].

Г.Н. Новикова предлагает следующую типологию технологий арт-менеджмента: организационно-управленческие, проектные, маркетинговые, технологии PR, рекламы и технологии формирования субъектов в арт-индустрии [3, с. 51]. Технологии арт-менеджмента в сфере художественной практики в целом представляют собой, с одной стороны, способы и средства управления процессом подготовки создателей арт-объектов, а с другой – целостный механизм, нацеленный на анализ эффективности существующей системы функционирования отрасли, разработку и обоснование предложений по её модернизации и совершенствованию.

Арт-проект основывается на фундаментальной потребности человека в самоактуализации и реализации творческих потенций. Они не могут существовать вне практической деятельности человека, так как воспроизводимые культурные ценности являются продуктом опредмечивания творческой деятельности человека.

Посредством праздника как уникального арт-проекта через приобщение к общечеловеческим культурным ценностям человек осознает и переосмысливает собственные ценностные ориентации, ищет своё место в мире

и наполняет смыслом свою жизнь, что плодотворно сказывается на его социальном поведении, личностных установках и др.

Праздник как арт-проект создаётся на стыке арт-менеджмента, прикладной культурологии, психологии, педагогики и др. и реализуется в строго установленные временные рамки, с количественно и качественно измеримыми показателями, в определённых социально-экономических и социально-культурных условиях. На сегодняшний день технологический комплекс арт-менеджмента позволяет в полной мере эффективно и результативно планировать, разрабатывать и реализовывать массовые праздники как актуальные арт-проекты в современном социокультурном пространстве.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карнажицкая, Н. В. Проектный арт-менеджмент / Н. В. Карнажицкая. – Минск, БГУКИ, 2017. – 24 с.
2. Костылев, С.В., Копцева, Н.П. Применение методов и технологий арт-менеджмента в социокультурном образовательном пространстве Красноярского края / С.В. Костылев, Н.П. Копцева: [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4.
3. Новикова, Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие / Г.Н. Новикова. – М.: МГУКИ, 2010. – 158 с.
4. Управление организацией: Энциклопедический словарь / А. Г. Поршневу, А. Я. Кибанову, В. Н. Гунину. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2001. – 822 с.