

посвященной 125-летию Алтайской краевой универсальной научной библиотеки (Барнаул, 14–18 октября 2013 г.) – Режим доступа: <http://akunb.altlib.ru/files/pdf/006.pdf> . - Дата доступа: 29.03.2024.

Козячая А. А., студент 301А группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Смаргович И. Л.,
доцент кафедры

АРТ-МЕНЕДЖЕР КАК ОРГАНИЗАТОР ВЫСТАВОЧНОГО ПРОЕКТА

Актуальность данной темы обусловлена тем, что выставочная деятельность является средством сохранения и продвижения культурных ценностей и традиций, эстетического воспитания и развития населения, информационно-коммуникативным механизмом. В Кодексе о культуре Республики Беларусь дано такое понятие выставки: «Выставка – культурное мероприятие по публичному показу, распространению и (или) популяризации культурных ценностей» [1]. В зависимости от того, кто обращается к понятию выставки, оно приобретает различные значения. Для зрителя выставка является ранее упомянутым культурным мероприятием, для куратора – это продукт творческой или исследовательской деятельности, а для арт-менеджера выставка – это управленческий проект, один из инструментов продвижения художника или повышения эффективности деятельности выставочной площадки как маркетингового продукта [2, с. 67]. В контексте данного

исследования стоит задача подробнее рассмотреть выставку как объект деятельности арт-менеджера.

Арт-менеджмент – это специализированная область, в которую входит профессиональное управление процессами, связанными с созданием художественных произведений и их успешным продвижением на рынок культурных услуг.

Арт-менеджер – это профессионал, деятельность которого имеет управленческий, предпринимательский характер независимо от того, в каком секторе (государственном или частном) он работает. То есть арт-менеджер непосредственно включен в процесс создания арт-продукта, а также в продвижение его на рынок культурных услуг [3, с. 381]. Задача арт-менеджера заключается в применении стратегий менеджмента и маркетинга для эффективного представления и распространения творческих результатов деятельности авторов. В ходе рассмотрения деятельности арт-менеджера в контексте экспозиционно-выставочной деятельности нельзя не упомянуть такое понятие, как куратор выставки.

Несмотря на то, что один человек может в себе совмещать функции как куратора, так и арт-менеджера, следует четко понимать различия между этими двумя видами деятельности. Главная задача куратора – объединить художественные произведения общим смыслом, выстроить их в цельную систему, которая будет отражать некую проблематику и транслировать определенные взгляды. Для арт-менеджера главной задачей является организовать и представить выставку зрителям. Он отвечает не за «душу» выставки, а за ее организационно-творческие составляющие. Основа деятельности любого менеджера – это управление проектами. Таким образом, выставка для арт-менеджера может выступать в качестве разновидности арт-проекта. Под понятием арт-проект обычно подразумевается

разработанное и доведенное до реализации предприятие в области искусства и культуры, готовый продукт или услуга сферы культуры.

В ходе организации выставочного проекта деятельность арт-менеджера включает в себя множество аспектов: поиск неординарных идей, новых произведений в сфере культуры, талантливых художников; организация их творческой деятельности; поиск инвесторов; подбор команды специалистов, поэтапно решающих поставленные задачи; установление взаимоотношений художников, кураторов, заказчиков; ролевое распределение в процессе организации арт-события; определение целей и задач; разработку концепции выставки; нормативно-правовое, финансовое, кадровое, рекламно-информационное и материально-техническое обеспечение выставки. Кроме того, арт-менеджер оказывает непосредственное влияние на формирование общественного мнения, оценочные утверждения и вкусы публики, вовлекая ее в освоение, а, возможно, в дальнейшем и созидание культурных ценностей. Поэтому он должен решать и задачи познавательного, практически преобразующего, культурно-рекреационного характера.

Арт-менеджер играет важную роль в развитии современного искусства, влияя на его продвижение, распространение и коммерциализацию. Можно выделить несколько аспектов, в которых арт-менеджер влияет на развитие современного искусства:

– Продвижение и позиционирование художников: арт-менеджер помогает привлечь внимание к талантливым художникам и создает стратегии для их успешного представления на арт-рынке. Он помогает художникам создавать имидж, вести публичную коммуникацию и создавать связи с галереями, коллекционерами и другими профессиональными участниками арт-сообщества.

– Управление карьерой художника: арт-менеджер помогает художнику развивать свою карьеру, создавая стратегии роста и планирования долгосрочных целей. Он анализирует рынок искусства, исследует тренды и перспективы, исходя из которых помогает художнику развивать свое творчество и достигать успеха как внутри страны, так и за ее пределами.

– Укрепление финансовой устойчивости: арт-менеджеры помогают художникам разрабатывать коммерчески успешные стратегии, которые способствуют повышению продаж и росту доходности. Они занимаются поиском потенциальных покупателей, участвуют в аукционах и торговых сделках, а также занимаются управлением коллекциями и инвестиционными проектами.

– Создание и поддержка арт-сообщества: арт-менеджеры способствуют созданию и развитию арт-сообществ, где художники, кураторы, коллекционеры и другие профессионалы обмениваются опытом, идеями и ресурсами. Они организуют образовательные и культурные мероприятия, встречи и дискуссии, способствуя развитию творческого диалога и взаимодействию различных участников арт-мира.

В заключение хотелось бы сказать, что арт-менеджеры работают над созданием благоприятной среды для современного искусства, поддерживают его стабильность и развитие, способствуют коммерческому успеху художников и содействуют интеграции искусства в общественное сознание. Воспринимая выставку в качестве арт-проекта, арт-менеджеры играют важную роль в процессе ее организации. Они определяют ресурсную базу проекта, управляют бюджетом, занимаются промоушеном мероприятия и создают оптимальные условия для взаимодействия художников с публикой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры, 20 ліпеня 2016 г. са змен. і дап. : ад 21 ліпеня 2022 г. № 201-3 // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс]/ Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2022.
2. Карцева, Е. А. Выставочное и галерейное дело : учебное пособие / Е. А. Карцева. – М. : Директмедиа Паблишинг, 2019. – 196 с.
3. Макарова, Е. А. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности / Е. А. Макарова // Культура. Наука. Творчество : сборник научных статей / Белорусский государственный университет культуры и искусств [и др.]. – Минск, 2014. – Вып. 8. – С. 380-384.

Колесникович А. Е., студент 112 группы
заочной формы обучения

Научный руководитель – Байко А. П.,
старший преподаватель

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ СОВМЕСТНОЙ МУЗЫКАЛЬНО-ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОШКОЛЬНИКОВ И РОДИТЕЛЕЙ

Музыкально-игровая совместная деятельность родителей и детей дошкольного возраста остается актуальной и представляет профессиональный интерес для музыкальных работников. Еще в исследованиях известных психологов отмечается необходимость формирования музыкальности у всех детей, начиная с раннего возраста