

УДК 338.2: [008+7]

Сяська Олена Василівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри менеджменту

Рівненський державний гуманітарний університет

Syaska Olena

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Department of Management

Rivne State University of Humanities

ORCID: 0000-0001-8238-4922

**ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ АРТ-МЕНЕДЖЕРА У РОЗВИТКУ СФЕРИ
КУЛЬТУРИ ТА МИСТЕЦТВА**

**DETERMINING THE ROLE OF THE ART MANAGER IN THE
DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF CULTURE AND ART**

Анотація. На сучасному етапі суспільного розвитку, в складних умовах сьогодення, які уповільнюють процес трансформації і модернізації усіх сфер сучасного життя, з'являються нові вимоги до мистецтва в цілому та до ролі арт-менеджера у сучасній соціокультурній діяльності. Саме на арт-менеджерів покладена відповідальність за формування сучасної концепції розвитку української культури і мистецтва, їх підняття на новий якісний рівень, естетичне виховання молоді і суспільства в цілому. Метою статті є дослідження поняття «арт-менеджмент» та ролі особистості арт-менеджера як найважливішого суб'єкта соціокультурної діяльності, що регулює і забезпечує систему управління та розробляє стратегію розвитку в сфері культури і мистецтва. Виявлено, що основу арт-менеджменту становить організація сфери культури і мистецтва,

ефективність діяльності якої залежить від правильно знайденої моделі управління, а також від особистості та професійного рівня керівника. Арт-менеджер є найважливішим суб'єктом соціокультурної діяльності, який забезпечує, контролює та регулює управлінський процес у сфері культури та мистецтва, спрямований на вирішення завдань: збереження та розвитку художньої творчості; примноження духовних, моральних, естетичних, освітніх, культурно-просвітницьких та патріотичних цінностей; створення, презентації та просування мистецького продукту в соціокультурне середовище суспільства. Обґрунтовано, що сучасний менеджер у сфері мистецтва повинен: вміти бачити в артисті творчий потенціал, розвивати і використовувати талант артиста у своїх та його інтересах; орієнтуватися у сучасній культурній політиці; володіти основами ділового етикету, включаючи мистецтво самопрезентації; формувати навколо себе команду професіоналів для реалізації всіх етапів своєї діяльності, вміти заражати своїми ідеями інших; мати сильну енергетику та зберігати самовладання у будь-яких життєвих ситуаціях.

Ключові слова: арт-менеджмент, арт-менеджер, організація сфери культури та мистецтва, арт-індустрія, мистецький продукт.

Summary. *At the present stage of social development, in difficult conditions that slow down the process of transformation and modernization of all spheres of modern life, there are new requirements for art in general and for the role of an art manager in modern sociocultural activity. It is the art managers who are responsible for the formation of the modern concept of the development of Ukrainian culture and art, their elevation to a new qualitative level, aesthetic education of youth and society as a whole. The purpose of the article is to study the concept of "art management" and the role of the personality of the art manager as the most important subject of socio-cultural activity, which regulates and ensures the management system and develops a development strategy in the*

field of culture and art. It was revealed that the basis of art management is the organization of the sphere of culture and art, the effectiveness of which depends on the correctly found management model, as well as the personality and professional level of the leader. The art manager is the most important subject of socio-cultural activity, which provides, controls and regulates the management process in the field of culture and art, aimed at solving the tasks of: preservation and development of artistic creativity; multiplication of spiritual, moral, aesthetic, educational, cultural and educational and patriotic values; creation, presentation and promotion of an artistic product in the socio-cultural environment of society. It is substantiated that a modern manager in the field of art must: be able to see the creative potential of an artist, develop and use the artist's talent in his own interests and the interests of the artist; navigate in modern cultural policy; master the basics of business etiquette, including the art of self-presentation; form a team of professionals around you to implement all stages of your activity, be able to infect others with your ideas; have strong energy and maintain self-control in any life situations.

Key words: *art management, art manager, organization of culture and art, art industry, art product.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі функціонування і розвитку організацій культурно-мистецької сфери значна увага приділяється питанням менеджменту в цілому та арт-менеджменту, зокрема з боку засновників і керівників цих організацій. Специфіка діяльності вітчизняних комерційних і некомерційних арт-організацій значною мірою залежить від офіційного розуміння культури і мистецтва, їх ролі в житті суспільства, пріоритетних напрямків розвитку та державної культурної політики. Саме на арт-менеджерів покладена відповідальність за формування сучасної концепції розвитку української культури і мистецтва, їх підняття на новий якісний рівень, естетичне виховання молоді і

суспільства в цілому, ефективно використання традицій та національних надбань української культурної спадщини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Арт-менеджмент є відносно новим напрямком наукових досліджень. Найбільш визнаними теоретиками арт-менеджменту у світі є професор культурної політики Вищої школи економіки у Монреалі Ф. Колбер [1] та професор маркетингу, голова Міжнародної асоціації з менеджменту в галузі мистецтва та культури І. Еврар [2], які обґрунтували самостійність арт-менеджменту та визнали його наукою третього тисячоліття. У сфері культурології та мистецтвознавства основними є праці голландського професора Г. Гагоорта [3], якому належить першість у становленні арт-менеджменту як наукової дисципліни. Вагомий внесок в розвиток арт-менеджменту як науки зробили дослідження відомих закордонних вчених, зокрема: Р. Гудріча [4], Д. Чонга [5], В. Байрнса [6] та інших.

В Україні досить вузьке коло науковців досліджували питання формування і розвитку системи менеджменту в соціокультурній сфері та ролі менеджера в управлінні мистецькою організацією. Тут можна відмітити наукові праці таких вчених як: О.В. Антонюк [7], А.І. Грушина [8], С.В. Оборська [9], Т.М. Стрітьєвич [10]. Оскільки у вітчизняному науковому і соціокультурному просторі термін «арт-менеджмент» є відносно новою категорією, тому дослідження в цій сфері є актуальними та своєчасними.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження поняття «арт-менеджмент» та ролі особистості арт-менеджера як найважливішого суб'єкта соціокультурної діяльності, що регулює і забезпечує систему управління та розробляє стратегію розвитку в сфері культури і мистецтва.

Виклад основного матеріалу. Формування менеджменту культурно-мистецької сфери в сучасних умовах здійснюється на інших засадах, ніж це було раніше. Насамперед, управління більше спирається на саморозвиток та

активність громадян, на ідеологічний плюралізм, консенсус і толерантність як запоруку раціональної та творчої участі громадян у соціокультурному житті суспільства. Управління за цих обставин набуває іншого змісту: замість силової адміністративної регламентації культурних процесів воно спрямоване на підтримку сфери культури та мистецтва, а це потребує не лише активного осмислення, а і зміни його стилю, культури управління загалом [7].

Арт-менеджмент є одним із напрямків сучасного менеджменту, що включає в себе всі інструменти та навички управління в умовах формальних і неформальних організацій у сфері культури та мистецтва. Арт-менеджмент можна розглядати як діяльність, спрямовану на регулювання процесів у сфері арт-індустрії, які мають вплив на економічну, політичну, соціальну та духовну складову життя суспільства.

Сфера діяльності арт-менеджменту поширюється на організації усіх форм власності, державні організації та установи, комерційні і некомерційні організації та громадські об'єднання. Ефективність будь-якої культурно-мистецької організації залежить від спеціально розробленої унікальної моделі управління, а також від особистості та професійної підготовки керівника.

Під організаціями сфери культури і мистецтва прийнято розуміти організації різних форм власності, основною діяльністю яких є виробництво та поширення культурних благ. Переважна більшість культурно-мистецьких організацій відноситься до некомерційного сектору (театри, філармонії, центри народної творчості, бібліотеки, музеї, заклади мистецької освіти тощо). Некомерційні організації не можуть покривати витрати своєї діяльності за рахунок отриманих доходів, їх основною метою не є отримання прибутку. Такі організації функціонують за рахунок бюджетних коштів, спонсорів, благодійних організацій тощо.

Культурно-мистецькі організації, які відносяться до комерційного сектору, здійснюють свою діяльність на умовах самоокупності, надання послуг такими організаціями спрямовано на отримання прибутку (кінотеатри, шоу-бізнесові організації, івент-агенції, реставраційні та мистецькі майстерні тощо).

Виходячи з вищевикладеного, можна стверджувати, що основу арт-менеджменту становить організація сфери культури і мистецтва, ефективність діяльності якої залежить від правильно знайденої моделі управління, а також від особистості та професійного рівня керівника.

Арт-менеджер є найважливішим суб'єктом соціокультурної діяльності, який забезпечує, контролює та регулює управлінський процес у сфері культури та мистецтва, спрямований на вирішення завдань: збереження та розвитку художньої творчості; примноження духовних, моральних, естетичних, освітніх, культурно-просвітницьких та патріотичних цінностей; створення, презентації та просування мистецького продукту в соціокультурне середовище суспільства. Керівник в процесі управління культурно-мистецькою організацією повинен знайти рівновагу між творчістю та бізнесом, тобто визначити компроміс між безцінним мистецтвом та адекватною ринковою ціною, яку потенційні покупці (споживачі мистецького продукту або послуг арт-індустрії) готові заплатити продавцю.

Арт-менеджер повинен бути художником і менеджером в одній особі. У кожній сфері мистецтва робота арт-менеджера має свою специфіку, але в цілому арт-менеджери повинні мати одну дуже важливу якість – творчі здібності. Керівники організацій сфери культури та мистецтва – це особливі люди, творчі і талановиті, що постійно генерують нові ідеї, проекти. І для того, щоб усі ці ідеї втілити в життя, а проекти реалізувати, потрібен талант не лише творця, але й менеджера.

Специфіка роботи арт-менеджера передбачає такі аспекти діяльності:

- управлінський аспект – прийняття управлінських рішень відносно планування діяльності мистецької організації, мотивування співробітників, контролювання творчо-виробничих процесів тощо;
- мистецький аспект – задум та робота над творчим проектом, створення художнього образу проекту, вибір режисера, творчої групи або окремого артиста, робота над сценічним іміджем артиста, розробка і впровадження концепції розвитку мистецької організації тощо;
- фінансовий аспект – розробка бізнес-плану творчого проекту, визначення кошторису витрат, пошук спонсорів, інвесторів тощо;
- організаційний аспект – підбір персоналу, розклад репетицій, покупка або оренда необхідної техніки та апаратури, організація і проведення гастрольних турів тощо;
- маркетинговий аспект – визначення попиту та потреб на мистецький продукт або послуги арт-індустрії, організація рекламної кампанії, проведення презентацій, співпраця з рекламними агентствами та засобами масової інформації тощо;
- правовий аспект – укладання договорів з замовниками послуг арт-індустрії, заключення контрактів з артистами, оформлення авторських прав тощо;
- психологічний аспект – створення сприятливого робочого мікроклімату, управління та вирішення конфліктних ситуацій у творчому колективі тощо.

«Продукти» культурно-мистецької діяльності, як і будь-які послуги, не можна продемонструвати, спробувати, побачити і оцінити до отримання. Вони більше пов'язані з феноменами свідомості (сприйняття, розуміння, мислення, переживання тощо) і не здатні до зберігання. Їх виробництво часто збігається зі споживанням (перегляд вистави, кінофільму, прослуховування концерту, читання книги тощо; книга, яку не читають, і картина, на яку не дивляться, та ін. не є художніми цінностями). Більше

того, на відміну від продуктів матеріального виробництва, що знищуються в процесі споживання (взуття зношується, овочі з'їдаються), культурно-мистецькі цінності в процесі споживання здатні нарощувати свою цінність (чим більша кількість людей прочитали книгу, побачили картину, почули концерт, тим вища їхня соціальна значимість) [8].

У професійній діяльності арт-менеджера головним є вміння управляти творчими процесами, а для цього йому самому необхідно бути новатором, проявляти ініціативу і нести відповідальність за реалізацію своїх ідей та пропозицій.

Сучасний менеджер у сфері культури та мистецтва має бути ґрунтовно обізнаним із технологіями організації і фінансового контролю, маркетингу й психологічно-виховною роботою з персоналом, а також володіти вмінням вирішувати слабо структуровані проблеми, бути здатним піти на розумний ризик заради інтересів справ та суспільства, уміло репрезентувати себе [10].

Проведені дослідження у західних країнах стосовно якостей, необхідних успішному арт-менеджеру, дозволяють виділити основні з них:

1) професійна інтуїція – здатність бачити в артисті творчий потенціал, розвивати і використовувати талант артиста у своїх та його інтересах;

2) технічні здібності – вміння кваліфіковано, професійно, зі знанням справи виконувати свою роботу, орієнтуватися у сучасній культурній політиці, діагностувати соціокультурні проблеми та знаходити шляхи їх вирішення;

3) аналітичні здібності – здатність візуалізувати, формулювати, структурувати і використовувати інформацію, ідентифікувати та аналізувати проблемні ситуації, вчасно їх вирішувати, приймати правильні управлінські рішення;

4) комунікативні здібності – вміння знаходити спільну мову з творчим колективом, налагоджувати та підтримувати потрібні стосунки, а

також відсікати непотрібні зв'язки і контакти; підтримувати свою репутацію та імідж ділової, порядної людини; володіти основами ділового етикету, включаючи мистецтво самопрезентації;

5) організаційно-управлінські здібності – вміння підбирати, гуртувати, формувати навколо себе команду професіоналів для реалізації всіх етапів своєї діяльності, професійно і своєчасно вирішувати кадрові питання;

б) соціально-психологічні здібності – вміння говорити та переконувати, вміти заражати своїми ідеями інших, мати сильну енергетику та зберігати самовладання у будь-яких життєвих ситуаціях.

Вміння управляти не є вродженим, оскільки ніхто не народжується керівником, лідером. Арт-менеджер повинен не тільки вміти знайти і відчувати талант або передбачити той вид мистецької діяльності, який принесе прибуток, але і мати здібності до того, щоб організувати цю діяльність з урахуванням економічних, соціокультурних та політичних факторів, вміти налагоджувати і встановлювати зв'язки з різними державними, громадськими та комерційними структурами.

Висновки. Арт-менеджмент – це процес управління плануванням, створенням та просуванням мистецького продукту або послуг арт-індустрії. В організаціях сфери культури і мистецтва таким процесом керує арт-менеджер, у професійні обов'язки якого входить: прийняття управлінських рішень відносно планування діяльності мистецької організації, мотивування співробітників, контролювання творчо-виробничих процесів; задум та робота над творчим мистецьким проектом, вибір артиста або творчого гурту, робота над сценічним іміджем виконавця; складання бізнес-плану творчого проекту, пошук спонсорів та інвесторів; підбір персоналу, оренда необхідної техніки, організація та проведення гастрольних турів; організація рекламної кампанії, проведення презентацій; укладання договорів з замовниками послуг арт-індустрії, заключення контрактів з

артистами, оформлення авторських прав; управління та вирішення конфліктних ситуацій у творчому колективі тощо.

Література

1. Yves Evard, François Colbert. Arts Management : A New Discipline Entering the Millennium? // International Journal of Arts Management. 2000. Vol. 2, No. 2 (WINTER 2000). P. 4-13. URL: <https://www.jstor.org/stable/41064684>
2. Yves Evard. Arts management as a model for the "new economy" // READ (Revista Electronica de Administração). 2000. Vol. 6, No. 3 (October 2000). P. 1-5. URL: https://www.researchgate.net/publication/228457231_ARTS_MANAGEMENT_AS_A_MODEL_FOR_THE_NEW_ECONOMY
3. Giep Hagoort. Art management: Entrepreneurial Style. Eburon : Utrecht School of the Art, 2003. 296 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=qgAq1vxxYgQC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
4. Ron Goodrich. Cultivating management? Managing culture? // Double dialogues. Issue 3 (Summer 2002). CULTURE WARS. Art and Industry. URL: <http://www.doubledialogues.com/article/cultivating-management-managing-culture/>
5. Derrick Chong. Arts Management. London : Routledge, 2009. 264 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203865347/arts-management-derrick-chong>
6. William J. Byrnes. Management and the Arts. New York : Routledge, 2014. 600 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315755380/management-arts-william-byrnes>

7. Антонюк О.В. Менеджмент культурно-мистецької сфери // Часопис. Культурологія. 2012. Вип. 11. URL: <https://docplayer.net/58420963-Menedzhment-kulturno-misteckoyi-sferi.html>
8. Грущина А.І. Особливості організації системи менеджменту сфери культури та мистецтв // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності. 2018. Том 1. № 2. doi: <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2018.143388>
9. Оборська С.В. Подієвий менеджмент у мистецтві // Культура і мистецтво у сучасному світі. 2014. Вип. 15. С. 57-63.
10. Стрительевич Т.М. Менеджмент у мистецтві як складова підготовки фахівців з образотворчого мистецтва // Педагогічні науки : зб. наук. пр. 2016. Том 2. № 72. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/2525/2287>

References

1. Yves Evard, François Colbert. Arts Management : A New Discipline Entering the Millennium? // International Journal of Arts Management. 2000. Vol. 2, No. 2 (WINTER 2000). P. 4-13. URL: <https://www.jstor.org/stable/41064684>
2. Yves Evard. Arts management as a model for the "new economy" // READ (Revista Electronica de Administração). 2000. Vol. 6, No. 3 (October 2000). P. 1-5. URL: https://www.researchgate.net/publication/228457231_ARTS_MANAGEMENT_AS_A_MODEL_FOR_THE_NEW_ECONOMY
3. Giep Hagoort. Art management : Entrepreneurial Style. Eburon : Utrecht School of the Art, 2003. 296 p. URL: https://books.google.com.ua/books?id=qgAq1vxxYgQC&printsec=frontcover&hl=ru&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

4. Ron Goodrich. Cultivating management? Managing culture? // Double dialogues. Issue 3 (Summer 2002). CULTURE WARS. Art and Industry. URL: <http://www.doubledialogues.com/article/cultivating-management-managing-culture/>
5. Derrick Chong. Arts Management. London : Routledge, 2009. 264 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203865347/arts-management-derrick-chong>
6. William J. Byrnes. Management and the Arts. New York: Routledge, 2014. 600 p. URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315755380/management-arts-william-byrnes>
7. Antoniuk O. V. Menedzhment kulturno-mystetskoi sfery // Chasopys. Vyp. 11. Kulturolohiia. 2012. URL: <https://docplayer.net/58420963-Menedzhment-kulturno-misteckoyi-sferi.html>
8. Hrushchyna A.I. Osoblyvosti orhanizatsii systemy menedzhmentu sfery kultury ta mystetstv // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii: Menedzhment sotsiokulturnoi diialnosti. 2018. Tom 1. № 2. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2018.143388>
9. Oborska S.V. Podiievyi menedzhment u mystetstvi // Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti. 2014. Vyp. 15. S. 57-63.
10. Stritievych T.M. Menedzhment u mystetstvi yak skladova pidhotovky fakhivtsiv z obrazotvorchoho mystetstva // Pedahohichni nauky: zb. nauk. pr. 2016. Tom 2. № 72. URL: <https://ps.journal.kspu.edu/index.php/ps/article/view/2525/2287>