



УДК 378.147.091.3:7

МЕНЕДЖМЕНТ У МИСТЕЦТВІ ЯК СКЛАДОВА ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

Стрітьєвич Т.М., к. пед. н., доцент,
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка

У статті розглянуто особливості менеджменту в мистецтві та його місце в підготовці фахівців з образотворчого мистецтва. Визначено основні методики постановки мети, ефективного планування культурно-мистецької діяльності.

Ключові слова: менеджмент у мистецтві, фахівці з образотворчого мистецтва, культурно-мистецька діяльність, планування, цілі по smart.

В статье рассмотрены особенности менеджмента в искусстве и его место в подготовке специалистов по изобразительному искусству. Определены основные методики постановки цели, эффективного планирования культурно-художественной деятельности.

Ключевые слова: менеджмент в искусстве, специалисты по изобразительному искусству, культурно-художественная деятельность, планирование, цели по smart.

Strityevych T.M. MANAGEMENT IN ART AS A PART OF PREPARATION OF FINE ARTS EXPERTS

The article deals with management features in art and its place in the training of art. We predetermined the main methods of setting an aim, effective planning of cultural and artistic activities.

Key words: art management, specialists in fine arts, cultural and artistic activities, planning, goals for smart.

Постановка проблеми. На сучасному етапі становлення та стратегії розвитку мистецької освіти актуальною є не лише підготовка фахівців з образотворчого мистецтва в рамках професійних компетенцій, а підготовка фахівців із менеджменту мистецтва і соціокультурної діяльності. Саме на таких фахівців покладена відповідальність за формування сучасної концепції розвитку української культури, підняття її на новий якісний рівень, ефективне використання існуючих історичних і національних культурних надбань нашої держави, активізацію діяльності комерційної сфери української культури. Докорінні зміни в суспільній свідомості, зумовлені переосмисленням суті та принципів формування рушійних сил розвитку нашого суспільства, потребують пошуків нових підходів до організації як економічної, так і культурної та духовної сфер життя.

Аналіз досліджень і публікацій. Менеджмент у мистецтві – доволі вузька та молода направленість менеджменту, на відміну від освітнього та педагогічного менеджменту. Дослідження в цій галузі є актуальним та своєчасним. Зазвичай специфіку менеджменту у сфері мистецтва пов'язують з особливостями світоглядного розвитку. Результати такої діяльності не стільки несуть матеріальний характер, скільки пов'язані з феноменами свідомості (мислення, емоцій, розуміння), не піддаються прямому накопиченню. Їх створення частіше всього

співпадає зі споглядачами (перегляд спектаклю, фільму, перегляд виставки; книга, яку не читають, або картина, яку не споглядають, – не є художніми цінностями). Більш того, на відміну від продуктів матеріального характеру, які знищують під час використання, культурні цінності під час використання лише збільшують свою собівартість, тим самим підвищують соціальну важливість мистецтва.

Таким чином, менеджмент у мистецтві – більш вузька галузь, але не менш необхідна для майбутніх вчителів образотворчого мистецтва. Вона була розглянута такими науковцями, як Г. Тульчиновський, що охарактеризував основні положення менеджменту у сфері культури; О. Антонюк – менеджмент культурно-мистецької діяльності; арт-менеджмент аналізує І. Кузнєцов; теорію подієвого менеджменту в мистецтві охарактеризувала Р. Оборська; І. Ніколаєску розглядає умови самоменеджменту. Дані дослідження не обмежують обраної теми, тому нами доцільно розкрити особливості знань менеджменту мистецтва для студентів художньо-графічних відділень мистецьких факультетів.

Мета даної статті – розкрити особливості менеджменту в мистецтві в підготовці фахівців з образотворчого мистецтва.

Виклад основного матеріалу дослідження. У XXI столітті швидко зростає потреба у висококваліфікованих, досвід-



чених кадрах, які б відкрили нове бачення на систему освіти. Зараз можна сміливо стверджувати, що наразі в суспільстві існує потреба у фахівцях із професійно-інтелектуальною компетенцією, толерантністю, розумінням себе та інших, відповідальністю. Головне місце в їх діяльності посідає планування професійної кар'єри, підвищення рівня своєї творчо-пошукової діяльності в управлінні. Знання, усвідомлення всіх проблем, що виникають у процесі управління професійною кар'єрою, являють собою потенціал для їх удосконалення. Тому доцільним у підготовці майбутніх фахівців з образотворчого мистецтва є використання здобутків теорії та практики світового менеджменту, адаптації їх до управління художньо-культурною діяльністю.

Однак під послугами у сфері мистецтва тепер вже можна розуміти не тільки послуги відвідувачів, а й меценатів, які готові виокремлювати кошти та підтримувати цю діяльність. Сфера мистецтва – сфера найчастіше некомерційної діяльності, тобто кошти в цій сфері з'являються не на основі залучення коштів, а використання різних сил ті інстанцій: органів влади, які володіють коштами, спонсорів, благодійних організацій. Ці особливості безпосередньо впливають на технології менеджменту у сфері мистецтва, тому й менеджмент у мистецтві має трохи інший ракурс.

Науковці розглядають менеджмент культурно-мистецької діяльності як складову єдиної системи державного управління, на яку покладено завдання контролю та правового, а в межах чинного законодавства – й адміністративного регулювання міжкультурних відносин. У структурі культурно-мистецького менеджменту, який здійснює контроль-регулятивні функції у сфері суспільних відносин, виділяють із певною мірою умовності кілька рівнів впливу на сферу його компетенції. Насамперед, це стратегічний рівень на вищому законодавчому та виконавчому рівнях держави. Другий рівень – тактичний, який включає розробку конкретних методів, заходів, підходів та засобів реалізації ухвалених рішень. Цим займаються відповідні структури в Кабінеті Міністрів та в центральних урядових установах, передусім Міністерство культури і туризму України. Нарешті, третій рівень – це місцеве управління, на якому відбувається власне реалізація державної культурно-мистецької політики в регіонах, відстежуються результати виконання попередніх завдань, доручень, рішень тощо. Ця робота здійснюється регіональними підрозділами органів державного управління.

Отже, як зазначає О. Антонюк, менеджмент культурно-мистецької сфери як складова державного управління має такі ознаки: організаційний та виконавчо-розпорядчий характер діяльності; в процесі реалізації управлінської діяльності здійснюються функції держави в культурно-мистецькій галузі; забезпечується його функціонування уповноваженими на те суб'єктами управління; є підконтрольним та підзаконним; має державно-владний характер [1]. Проте в сучасних умовах вагомим чинником у розвитку культури та мистецтва відіграє самофінансування та фінансування через громадські організації, міжнародні фонди та проекти, а тому потреба у вивченні менеджменту стає домінуючою в підготовці фахівців із даних галузей. Наразі необхідні подальші кроки модернізації підготовки кадрового потенціалу мистецько-культурної сфери.

Сучасний вчитель образотворчого мистецтва, художник має мати не лише професійні знання з галузі мистецтва, педагогіки та психології, а й бути арт-менеджером. Має бути й культурологом, суспільним діячем, готовим до публічного широкого діалогу із суспільством. Ця обставина актуалізувала публічність. Це діяльність виробничо-комерційних фірм, держав та приватних осіб зі зв'язків із громадськістю, спрямована на формування суспільної думки з рекламними, політичними та іншими цілями. Вона здійснюється відповідно до міжнародного статусу, заснованого на принципах декларації прав людини, й включає навмисну дезінформацію населення. Сучасний менеджер у сфері мистецтва має бути ґрунтовно обізнаним із технологіями організації і фінансового контролю, маркетингу й психологічно-виховною роботою з персоналом, а також володіти вмінням вирішувати слабко структуровані проблеми, бути здатним піти на розумний ризик заради інтересів справ та суспільства, уміло репрезентувати себе.

Менеджмент мистецтва має свою специфіку і властиві тільки йому закономірності. На нашу думку, домінуючою функцією менеджера в мистецтві стає не управління, як в класичному менеджменті, а організація діяльності яка несе в собі освітнє, культурне, мистецьке, соціальне навантаження. Зважаючи на те, що будь-яка діяльність може бути здійснена за умови правильно поставленої мети, ефективного планування та посиленої результативної діяльності, доцільно в підготовку фахівців, які можуть здійснювати культурно-мистецьку діяльність, впроваджувати ефективні методи навчання даним процесам. Тому ми вважаємо доречним на-



вчити студентів ставити цілі по смарту [6]. Дана методика є ефективною в досягненні цілей та апробована світовими організаціями. SMART – аббревіатура, використовувана в менеджменті та проектному управлінні для визначення цілей і постановки завдань. Досягнення мети залежить від її формулювання, і перший крок до успіху справи – правильно сформовані цілі. SMART, як зазначалося аббревіатура, утворена першими літерами англійських слів: Конкретний (specific); Вимірювальною (measurable); Досяжний (attainable); Значимий (relevant); Співвідноситься з конкретним терміном (time-bounded). Таким чином, правильна постановка мети означає, що мета є конкретною, вимірювальною, досяжною, значущою і співвідноситься з конкретним терміном.

Розглянемо кожний аспект даного методу. Конкретність: під час постановки задачі насамперед потрібно чітко уявляти кінцевий результат. Зауважимо, що під час планування певної культурно-мистецької діяльності не тільки керівник, але й кожен член команди має чітко розуміти кінцевий результат – це сприятиме ефективному досягненню результату. Вимірюваність мети передбачає наявність критеріїв, які дозволили б визначити, чи досягнута поставлена мета і в якій мірі. Якщо немає критеріїв, дуже складно оцінити результати виконаної роботи і об'єктивно контролювати процес. Досяжність: під час постановки завдань необхідно враховувати професійні можливості та особистісні якості своїх членів команди. Головним чинником на даному етапі є врахування індивідуальних та професійних особливостей кожного члена команди. При цьому не повинна занижуватиметься планка, повинен зберігатися досить інтенсивний ритм роботи. Проте поставлена ціль немає бути легкою, вона завжди повинна кидати ризик і виклик, виводити людину із зони комфорту і занурювати її в зону зростання, при цьому зберігаючи здатність реалізуватися за умови докладання зусиль з боку людини. Значимість – це наступний критерій постановки цілей. Дана дефініція розглядається як мотиваційний аспект для виконуючого поставлену мету, як загальна значимість реалізації мети для суспільства або певної його категорії, групи.

Таким чином, спираючись на методику постановки цілей за стартом, майбутній фахівець з образотворчого мистецтва, арт-менеджер, керівник культурно-мистецького проекту тощо набуває вміння чітко, правильно, результативно ставити конкретні цілі, а тим самим прогнозувати результат та уникати необ'єктивних чинників впливу на реалізацію поставлених цілей.

Головною компетенцією у сфері менеджменту в цілому та менеджменту мистецтва зокрема є планування. На основі загального менеджменту в мистецтві Г. Тульчинський виділив методи планування [5]. Кожна із цих груп дозволяє вирішувати ряд задач та буде корисною для студентів.

Аналітичне планування – метод екстраполяції, оскільки дані методи пов'язані з виявленням тенденцій, що діяли в попередній період, факторів, що визначали розвиток цих тенденцій, і з припущенням, що ці тенденції і фактори будуть діяти і в планований період. Оскільки центральним моментом аналітичного планування є аналіз змісту й підсумків попереднього періоду, іноді його називають також плануванням «від досягнутого рівня». У залежності від конкретних технологій в аналітичному плануванні різняться дві основні групи: інтуїтивні та формалізовані методи. У першому випадку мова йде про використання особистісного досвіду, у другому, в жорстко впорядкованих процедурах (алгоритмах), – про вироблення планового рішення.

Нормативне планування полягає в обґрунтуванні планових завдань за допомогою норм і нормативів. Під нормою розуміється показник витрати ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових і т. Д.) на одиницю роботи. Норми і нормативи виражаються в абсолютних і відносних показниках, коефіцієнтах, відсотках, питомих вагах та інших одиницях. Використання нормативного методу передбачає наявність і використання нормативної бази, яка включає в себе: систему показників, методику розрахунку кількісних значень цих показників; розрахунок (визначення) конкретних нормативних кількісних значень показників; затвердження та аналіз конкретних норм і нормативів. Наявність нормативної бази істотно полегшує планування, задаючи конкретні показники бажаних результатів. Більш того, істотно полегшується і спрощується система контролю (як відхилення в ту або іншу сторону від нормативних показників за підсумками діяльності), а також організація стимулювання (у відповідності зі ступенем виконання відповідних норм).

Цільове обґрунтування планів. Розробка будь-якого плану передбачає послідовне проходження ланцюжка. Завдання, таким чином, полягає в послідовній декомпозиції головних цілей на завдання, які необхідно вирішити для досягнення цілей. Завдання потім розписуються на напрямки і форми роботи і так далі, аж до конкретних операцій із необхідним ступенем конкретизації. Графічно ця процедура може бути представлена у вигляді деревовидного графіка,



так званого «дерева цілей», що нагадує перевернуте дерево, послідовне проходження по «гілкам» якого зверху вниз дає уявлення про конкретизацію цілей роботи на певний період.

Найважливішим аспектом обґрунтування реальності планів і програм є планування фінансового та матеріального забезпечення їх реалізації. Для вирішення цього завдання найчастіше використовують балансовий метод планування, що складається з приведення у відповідність (баланс) наявних ресурсів і необхідних витрат. Залежно від природи ресурсів і витрат розрізняють три основні види балансів: матеріальний (натуральний), фінансовий (вартісний) і трудовий.

Для планування організаційного забезпечення, координації діяльності співвиконавців і партнерів також можуть використовуватися спеціальні методики і технології.

На основі чітко сформованих цілей та плану необхідно вміти знаходити шляхи їх досягнення, в цьому випадку слід знову звернутися до загального менеджменту, вивчити метод мозкового штурму та правильність створення дерева задач. Метод мозкового штурму є оперативним методом вирішення проблеми на основі стимулювання творчої активності, за якого учасникам обговорення пропонують висловлювати якомога більшу кількість варіантів рішення, в тому числі фантастичних. Потім із загального числа висловлених ідей відбирають найбільш вдалі, які можуть бути використані на практиці.

Висновки. Запропоновані нами методи не є загальноприйнятими в системі підготовки фахівців з образотворчого мистецтва, але є ефективними і доречними в процесі набуття фахових компетенцій та

підвищення якості теоретичної підготовки випускника вузу для мистецької та професійної діяльності, здатності до самостійної творчої праці, професійного саморозвитку. Україна визначала розвиток мистецтва в якості пріоритетного завдання для забезпечення довгострокового економічного розвитку країни. Сьогодні держава приділяє особливу увагу розвитку мистецтва як основного індикатора людського розвитку країни, оскільки найважливіша наша мета – це виховання в людей любові до прекрасного. Саме тому менеджмент у мистецтві та його особливості, на основі загального менеджменту, мають бути покладені в основу методичної системи цілеспрямованих вправ, розвиваючих ігор та тренінгів у процесі фахової підготовки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Антонюк О.В. Менеджмент культурно-мистецької сфери / О.В. Антонюк // Часопис. Випуск 11. Культурологія. – 2012 р. – С. 104–110.
2. Арт-менеджмент : [учебное пособие] / [Сост. И.В. Кузнецова]. – Тюмень : РИЦ ТГАКИ, 2009. – 246 с.
3. Гагорт Г. Менеджмент мистецтва. Підприємницький стиль / Г. Гагорт ; пер. з англ. Б. Шумиловича. – Львів : Літопис, 2008. – 360 с.
4. Оборська С.В. Подієвий менеджмент у мистецтві / С.В. Оборська // Культура і мистецтво у сучасному світі. – 2014. – Вип. 15. – С. 57–63. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kmss_2014_15_10.
5. Тульчинский Г.Л. Менеджмент в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – СПб. : Лань, 2002. – 526 с.
6. George T. Doran. There's a S.M.A.R.T. way to write management's goal and objectives // Management Review. – Volume 70, Issue 11 (AMA FORUM). – P. 35–36.