

АРТ-МЕНЕДЖМЕНТ В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ИНТЕГРАЦИЯ КУЛЬТУРЫ И БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Еримбетова Медина Батырхановна

*магистрант 1 курса,
специальности Арт-менеджмент,
Казахский Национальный Университет Искусств,
Республика Казахстан, г. Астана*

ART MANAGEMENT IN THE ERA OF GLOBALIZATION: INTEGRATION OF CULTURE AND BUSINESS IN MODERN REALITY

Medina Yerimbetova

*1st year master's student, specialty art management,
Kazakh National University of Arts,
Kazakhstan, Astana*

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается роль арт-менеджмента в контексте современных культурных и экономических реалий. Рассматриваются основные функции и задачи арт-менеджмента и их влияние на развитие мировой культуры. Также определяется важнейшая роль арт-менеджмента в современном мире искусства, навыки, которые должны использовать арт-менеджеры, и его непростая повседневная работа. Прежде чем разрабатывать и организовывать выполнение поставленных задач перед арт-менеджером, необходимо оценить более масштабные проблемы, стоящие перед организацией проекта. Рассматривается необходимость анализа, а также потенциальное влияние ключевых условий, с которыми сталкивается любое творческое предприятие.

ABSTRACT

This article examines the role of art management in the context of modern cultural and economic realities. The main functions and tasks of art management and their impact on the development of world culture are considered. It also defines the most important role of art management in the world of contemporary art, the skills that an art manager should use, and his complex daily work. Before developing and organizing the implementation of the tasks set, it is necessary to assess the larger problems facing the organization of the project. It is necessary to analyze the potential impact of the key conditions faced by the art manager.

Ключевые слова: арт-менеджмент, организация, управление, арт-менеджер, искусство.

Keywords: art management, organization, management, art manager, art.

Введение

В эпоху глобализации и технологического прогресса искусство и культура продолжают оставаться важными составляющими человеческой цивилизации. Арт-менеджмент выступает мостом между искусством и бизнесом, способствуя эффективной интеграции культуры в современное общество. После своего появления в 1960-х годах стал более сложным термином, чем кажется на первый взгляд. Если первоначально внимание часто было сосредоточено на

поддержке выдающихся некоммерческих арт-проектов, получающих государственные субсидии, то теперь оно включает в себя дополнительные коммерческие организации, работающие в творческой индустрии. Цель творческих проектов переносится на бизнес-корпорации. Таким образом арт-менеджмент – это процесс управления и организации в сфере искусства и культуры, включая планирование, развитие и реализацию культурных проектов, а также установление взаимоотношений с публикой и стейкхолдерами.

Определение арт-менеджмента: это применение пяти традиционных управленческих функций: планирования, организации, распоряжения, координации и контролирования центров – для содействия производству исполнительского или визуального искусства и презентации работ художников зрителям. Управление творческим процессом и его доведение до аудитории являются общими как для государственных, некоммерческих организаций искусства (например, государственных театров, симфонических оркестров, оперных трупп, танцевальных коллективов, музеев, общественных центров радиовещания) также и для частных коммерческих художественных организаций (например, коммерческие театры, частные галереи, кино, телевидение). Арт-менеджмент сочетает в себе различные направления менеджмента, включая: планирование, маркетинг, финансы, экономику, организацию, подбор персонала и групповую динамику. Помимо сочетает в себе множество задач, таких как руководство, финансирование, распространение и маркетинг культурных услуг и товаров. Таким образом, это не узкое

направление менеджмента; это всеобъемлющая сфера. Почему арт-менеджмент был выделен в отдельную дисциплину? Ответ прост: потому что многие страны обнаружили, что искусство стало бизнесом, и многие люди могут зарабатывать на этом. Также было ясно, что творческие организации имеют свою специфическую систему управления, и необходимо было создать новые подходы к управлению искусством.

Что такое искусство?! Это одна из форм информирования общественности, художественного отражения действительности и обмена духовной информацией. Искусство – это творчество; оно создает новые связи, новые композиции. Есть ли у этих занятий какая-то цель, или это просто удовольствие, получаемое от создания новых и иногда странных художественных образов?! Некоторые люди думают, что искусство – это бесплатная игра. Поскольку искусство – это творчество, безусловно, в нем присутствуют элементы игры и чувства свободы. Но что же является основой для искусства? Это мы можем понять, рассмотрев таблицу:

Таблица 1.

Структура создания произведения в искусстве

Искусство	Композиция	Инструмент	Исполнитель
Музыка	Аккорд	Музыкальные инструменты	Пианист
Поэзия	Слово	Ручка	Поэт
Картина	Краски, холст	Бумага	Художник
Скульптура	Камень, глина	Молоток	Скульптор
Театр	Человек		Актер Человек

Исходя из этой таблицы, мы можем определить, что человек играет главную роль в арт-рынке.

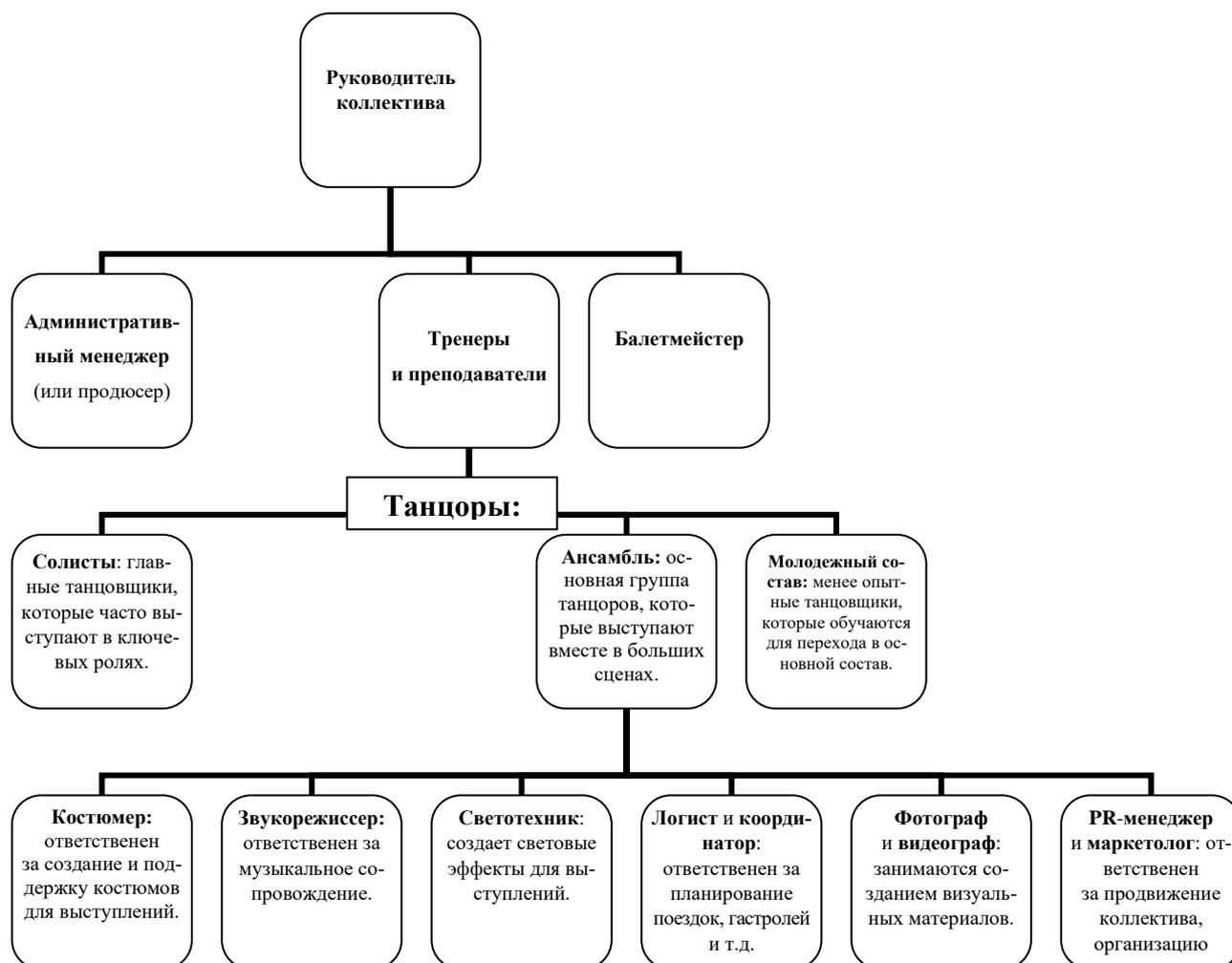
Искусство формируется людьми, особенно в творческом коллективе. Ясно, что искусство основано на человеческих чувствах, и этими чувствами нужно управлять. Фактом также является то, что на арт-рынке существует множество творческих организаций. Развитие социальных сетей усилило конкуренцию в арт-пространстве. По этой причине арт-менеджмент стал важным направлением в современном мире. Популярной музыке, опере, театру, танцевальным коллективам, фестивалям, телевидению, медиакомпаниям, индустрии моды, кино и звукозаписи нужны арт-менеджеры, которые помогут достичь основной цели бизнеса.

Когда многие страны стали независимыми, они разработали различные системы управления. Если в прошлом веке государство было гарантом финансовой стабильности, то сегодня творческим организациям и художественным коллективам приходится самим заботиться о себе. В разных организациях существуют свои собственные принципы управления и схемы. Один из примеров организационной структуры танцевального коллектива:

Организационная структура танцевального коллектива может варьироваться в зависимости от его размера, специализации и целей. Также в зависимости от размера и специфики танцевального коллектива некоторые роли могут объединяться или, наоборот, делиться на более узкие специализации.

Обязательно следует принимать во внимание, что для того, чтобы быть эффективным арт-менеджером, нужны такие навыки как: планировать, организовывать, руководить и контролировать работу организации. Текущая ситуация показывает, что после усиления конкурентной среды в искусстве менеджмент создал новые тенденции. Необходимо было использовать маркетинговые и PR-технологии в искусстве. В этой ситуации арт-менеджеры начали свою активную работу в арт-бизнесе. С тех пор именно арт-менеджеры определяют успех или неудачу любой арт-организации. Им приходилось приспосабливаться к меняющимся условиям. Этими средами являются: экономическое, политическое и правовое, культурное и социальное, демографическое, технологическое воздействие, воздействие средств массовой информации.

Организационная структура танцевального коллектива



Арт-менеджер должен изучать, исследовать и принимать решения о том, как действовать, если какая-либо из этих сред оказывает негативное влияние на организацию. Каждая художественная организация и арт-менеджер должны уметь быстро адаптироваться и вносить изменения во внутреннюю повестку дня организации, а также использовать внешние обстоятельства в своих интересах. Также менеджеры должны знать, как можно больше о людях, которые тратят усилия на посещение шоу или выставки, которые оказывают организации финансовую поддержку. Современный арт-менеджмент активно взаимодействует с экономикой, создавая рабочие места, привлекая инвестиции и стимулируя туризм. В эпоху цифровизации арт-менеджмент активно использует технологии для продвижения искусства, виртуальных выставок, онлайн-мероприятий и многое другое.

Выводы

Сегодня мы можем сказать, что у людей неустойчивые интересы к искусству. Например, в Казахстане многие творческие проекты, художественные мероприятия не вызывают особого интереса в обществе. У этого много причин: плохая экономическая ситуация, интернет-зависимость людей, конкурентная среда и т.д. В этом случае развитие арт-менеджмента

имеет жизненно важное значение. В наши дни арт-менеджерам приходится выполнять сложную миссию; они должны объединить искусство и аудиторию. Эффективные менеджеры должны располагать как можно большим количеством информации о внешней среде. В современном мире собирать информацию несложно, однако менеджеры не до конца понимают, как правильно ее использовать.

Арт-менеджер – хорошо зарекомендовавшее себя имя в искусстве, но должность арт-менеджера появилась недавно. Эта управленческая функция не менялась в течение последних лет, но требования к этим лицам изменились. Первым примером управления эффективностью были общественные собрания, связанные с религиозными обрядами в ранних обществах. Этими выступлениями “руководил” священник, и они были вплетены в ткань общества. Театральные атрибуты костюмов, драматические декорации, музыка, движение и т.д. все поддержали мероприятие и усилили его воздействие. Таким образом, роль арт-менеджмента была выявлена еще в ранний период и после того, как разработка новых систем управления оказала влияние на художественные организации. Невозможно управлять какой-либо организацией без какой-либо руководящей структуры.

Для того чтобы организации заняли свою нишу в обществе, им необходимо правильно распределить людские и материальные ресурсы, провести исследование рынка искусства, адаптироваться к меняющейся среде, создать здоровую внутреннюю среду и разработать определенную систему управления, которая создает творческие организации. Сильная арт-индустрия показывает развитие и самобытность государства, общества и нации.

Арт-менеджмент играет ключевую роль в современном мире, обеспечивая развитие искусства и культуры, их интеграцию в экономические и социокультурные процессы. В условиях постоянно меняющегося мира арт-менеджмент стоит перед новыми вызовами и возможностями.

Список литературы:

1. Байчук И.В. (2017). Арт-менеджмент: теория и практика. М.: Культурная революция.
2. Коллинз М., Бонам А. (2018). Управление в сфере искусства и культуры. М.: Издательство «Эксмо».
3. Линч Р. (2016). Стратегический арт-менеджмент: теория и практика. Нью-Йорк: Routledge.
4. Абрамова А. (2018). Искусство и бизнес: интеграция культурных проектов в экономику. М.: Издательство «Юрайт».
5. Томпсон А. (2019). Управление культурными институтами. Париж: UNESCO Publishing.
6. Смит Р.А. (2017). Цифровые технологии в арт-менеджменте. Лондон: Palgrave Macmillan.
7. Гарнхэм Н. (2020). Культурная экономика: производство, распределение и потребление искусства. М.: АртБизнес.
8. Беккер Г.С. (2015). Искусство и экономика. Чикаго: University of Chicago Press.
9. Станевич Е.Л. (2018). Маркетинг и коммуникации в искусстве и культуре. СПб.: Издательство «Питер».
10. Кастельс М. (2016). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: Высшая школа экономики.