

Таким образом, ситуация в социально-трудовой сфере села в целом улучшается, однако оно еще значительно отстает от города по уровню занятости населения и превосходит город по существованию бедности. Ухудшается также доступ сельских жителей к объектам социальной сферы.

Новым этапом государственной поддержки социального обустройства российского села станет федеральная целевая программа "Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года". Реализация данной программы поддержит развитие села из средств федерального бюджета [3].

Литература

1. Колоскова Ю.И. Особенности формирования человеческого капитала сельских территорий // Вестн. КрасГАУ. – 2012. – № 3.
2. Якимова Л.А. Регулирование сельского рынка труда / Краснояр. гос. аграр.ун-т. – Красноярск, 2006. – 255 с.
3. Состояние социально-трудовой сферы села и предложения по ее регулированию: докл. по результатам мониторинга 2011 г. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2012. – 220 с.



УДК 304.444

С.В. Костылев

ТЕХНОЛОГИИ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА В СТРУКТУРЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

В статье исследуется специфика и значение современного арт-менеджмента как комплексной системы принципов, функций, методов и технологий в структуре социокультурного управления, направленного на формирование, функционирование и развитие художественно-творческого пространства, обеспечивающего производство, воспроизведение и трансляцию художественных идеалов, образцов, ценностей и практик.

Ключевые слова: арт-менеджмент, технологии арт-менеджмента, технологии управления, социокультурный технологический комплекс.

S.V. Kostylev

ART MANAGEMENT TECHNOLOGIES IN THE SOCIO-CULTURAL TECHNOLOGICAL COMPLEX STRUCTURE

The specificity and importance of modern art management as a complex system of principles, functions, methods and technologies in the structure of the socio-cultural management, aimed at the formation, functioning and development of artistic and creative space, providing the production, reproduction and transmission of artistic ideals, values and practices is investigated in the article.

Key words: art-management, art-management technologies, management technologies, socio-cultural technological complex.

Введение. В условиях функционирования и развития региональной системы непрерывного образования специалистов социокультурной сферы ведущим эффективным способом и средством планирования и осуществления процесса создания и освоения художественных ценностей являются технологии арт-менеджмента.

Основной задачей образовательной системы профессиональной подготовки кадров является организация оптимальных условий для развития молодежи, оказание ей помощи в обучении и воспитании, самоопределении, нравственном самосовершенствовании, освоении широкого круга социокультурного опыта.

Цель исследований. Анализ и теоретическое обоснование применения технологий арт-менеджмента как социокультурного технологического комплекса, обеспечивающего успешное освоение компетенций, позволяющих осуществлять разработку, подготовку и реализацию художественно-творческих планов и культурно-просветительских программ в региональной системе профессиональной подготовки специалистов сферы культуры и искусства.

Методы исследований. Анализ, обобщение, контент-анализ документов, сравнение, конкретизация, наблюдение и классификация.

Результаты исследований и их обсуждение. Методологическими и научными основами данного исследования выступают:

- теория общего и специального менеджмента как комплексная наука, обеспечивающая изучение принципов развития и закономерностей функционирования процесса управления в различных отраслях экономической деятельности;
- теория арт-менеджмента как научная дисциплина, исследующая принципы, методы и технологии управленческой деятельности в сфере искусства и культуры;
- теория и методология социокультурной деятельности как фундаментальное научно-образовательное направление об общественном взаимодействии и факторе художественно-творческого развития личности;
- теория технологической деятельности в социально-культурной сфере в контексте структуры, содержания, форм, средств и методов технологий арт-менеджмента.

Решению проблемных вопросов, связанных с функционированием и развитием управленческих процессов в сфере культуры и искусства, разработкой и апробацией технологий арт-менеджмента, социокультурного менеджмента, посвящены научные работы М.А. Ариарского, Г.М. Бирженюка, Питера Ф. Друкера, А.Д. Жаркова, А.С. Запесоцкого, Т.Г. Киселевой, Т.В. Косцова, Ф. Котлера, Ф. Колбера, А.П. Маркова, Г.Н. Новиковой, Т.Н. Суминовой, М.П. Переверзева, И.И. Пригожина, В.Е. Триодина, Г.Л. Тульчинского, Л.К. Франевой, В.М. Чижикова, И. Эврара и др.

Термин «арт-менеджмент» состоит из двух частей: «арт» (англ. art – искусство) и «менеджмент» (англ. management – управление, заведование, организация) и имеет непосредственное отношение к процессам управления в сфере культуры и искусства, развития и изменения художественной практики.

Ученые Ф. Колбер, И. Эврар определяют арт-менеджмент как науку третьего тысячелетия, обеспечивающую фундаментальные исследования в сфере управления художественной деятельностью. По их мнению, арт-менеджмент находится «между теоретической структурой (менеджмент) и социальным сектором (искусство)», поэтому он является поддисциплиной, которая существенно отличается от общего менеджмента [4, с. 5].

По мнению Г.Н. Новиковой, арт-менеджмент можно определить как профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллективов организации (продюсерского центра, фирмы) [11, с. 22].

Близкое к данному пониманию арт-менеджмента дает отечественный продюсер И.И. Пригожин, определяя менеджмент шоу-бизнеса как область знания, помогающую осуществить функцию руководства процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных) и продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей, работающих в шоу-бизнесе [13, с. 56–57].

Таким образом, определение, данное И.И. Пригожиным, больше соответствует коммерческому шоу-бизнесу, в то время как определение Г.Н. Новиковой применимо к современному подходу к управленческой деятельности в нонпрофитной социокультурной сфере.

Понимание арт-менеджмента Г.Н. Новиковой может быть отнесено к управлению учреждением культуры и искусства в целом, управлению конкретным структурным подразделением или отдельным творческим сотрудником, определяя, прежде всего, ответственность арт-менеджера за планирование и реализацию деятельности коллектива или работника при решении конкретных задач для достижения целей учреждения, эффективное применение технологий в развитии сферы искусства.

Понятие «технология» происходит от двух древнегреческих слов: «техне» – искусство, мастерство – «логос» – наука, знание, закон. Почти во всей специальной литературе под «технологией» в широком смысле понимается совокупность и даже система целесообразной практической деятельности в соответствии с целью, спецификой и логикой процесса преобразования и трансформации того или иного объекта.

В словарно-справочных изданиях встречается следующее определение данного понятия: «Технология (греч. *tehne* мастерство + *logos* учение) – совокупность знаний о способах и средствах проведения производственных процессов, а также самые процессы (технологические процессы), при которых происходит качественное изменение обрабатываемого объекта» [8, с. 252].

В данном определении вышеуказанное понятие рассматривается в контексте промышленного производства, в котором технология – это система предложенных наукой алгоритмов, способов и средств, применение которых ведет к заранее намеченным результатам деятельности, гарантирует получение продукции заданного количества и качества.

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 теориях культуры, искусствоведения, социальной психологии, педагогики, кибернетики, менеджмента, социологии.

Составители Социологического энциклопедического словаря дают следующую трактовку данного понятия: «Технология социальная – совокупность приемов, методов и воздействий, применяемых для достижения поставленных целей в процессе социального планирования, решения разного рода социальных проблем» [16, с. 368].

Разновидностью социальной технологии является технология социально-культурной деятельности, под которой понимается совокупность форм, методов, методик, разработок, расчета, моделей проектирования и внедрения различных инноваций, способных обеспечить достижение определенной воспитательной цели. С точки зрения предметной деятельности под технологиями следует понимать педагогически организованный процесс воздействия субъекта на объект деятельности с целью формирования социально-значимых качеств личности [2, с. 18].

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» [12, с. 13].

Совокупность методов и технологий арт-менеджмента в структуре подготовки специалистов в сфере культуры и искусства можно представить как комплексную технологическую систему, способствующую целенаправленному управлению развитием кадрового потенциала, профессиональной карьеры, профессионально-трудовых ценностных ориентаций через создание благоприятных условий для рационального использования образовательных ресурсов. Определение понятий «технология менеджмента» и «технология управления» представлено в табл. 1.

Таблица 1

Определение понятий «технология менеджмента», «технология управления»

Определение понятия	Источник
Технология менеджмента	
Форма проявления менеджмента, связанная с использованием совокупности взаимосвязанных методов и инструментов для решения управленческих задач	Королев В.И. Современные технологии менеджмента: учебник. – М., 2012
Конкретные способы осуществления менеджмента, зависящие от социально-экономического развития общества и конкретной сферы, информационного обеспечения, действующего законодательства и целого ряда других факторов	Тульчинский, Г.Л., Шекова, Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: учеб. пособие. – М., 2007
Технология управления	
Научно обоснованный процесс формирования управленческих решений; совокупность операций, процедур и управленческих задач, образующих определенную последовательность обработки управленческой информации	Энциклопедия государственного управления в России/ под общ. ред. В.К. Егорова. – М., 2008
Совокупность управленческих работ и операций, выполняемых в определенном порядке, определенной последовательности, принципов, методов и технических средств их осуществления	Управление организацией: Энциклопедический словарь. – М., 2001
Способы и средства организации, координации, распорядительства, мотивации совместной деятельности в разнообразных формах	Райзберг Б.А. Современный социоэкономический словарь. – М., 2009

Следовательно, в современной теории общего менеджмента технологии менеджмента и управления определяются как процессы разработки, формирования и принятия эффективных решений, направленных на изменение и обновление объекта управления, выработку стратегии, ориентированной на стабилизацию и развитие учреждений, организаций, предприятий и фирм.

Исследователь И.Н. Герчикова формулирует следующие основные требования к технологии менеджмента:

- формулирование проблем, разработка и выбор решения должны быть сконцентрированы на том уровне иерархии управления, где для этого имеется соответствующая информация;
- информация должна поступать от всех подразделений фирмы, находящихся на разных уровнях управления и выполняющих различные функции;
- выбор и принятие решения должны отражать интересы и возможности тех уровней управления, на которые будет возложено выполнение решения или которые заинтересованы в его реализации;
- должна строго соблюдаться соподчиненность в отношениях в иерархии управления, жесткая дисциплина, высокая требовательность и беспрекословное подчинение [1, с. 129].

Таким образом, к основным содержательным признакам и характеристикам технологии управления (менеджмента) следует отнести то, что технология:

- может быть представлена как совокупность способов изменения и развития состояния объекта управления;
- является категорией процессуальной, обеспечивающей разработку и обоснование предложений по совершенствованию организационных форм управления;
- направлена на проектирование и использование эффективных, результативных и экономичных управленческих процессов;
- предусматривает комплексное применение методов и инструментов управления и анализ их результатов.

В настоящее время вместе с понятием технологии менеджмента (управления) в теории общего менеджмента стал активно использоваться термин «методы менеджмента (управления)», под которыми понимаются:

- способы и приемы воздействия руководителя на коллектив для более эффективного использования имеющихся возможностей в целях решения поставленных перед ним задач [3, с. 83];
- способы воздействия субъекта на объект управления и достижения конкретной цели в процессе управления хозяйственной и иной деятельностью организации [10, с. 49];
- виды управления, различающиеся способом, характером воздействия руководителей на подчиненных. Выделяют административно-распорядительные (принуждение), экономические (побуждение), социально-психологические (убеждение) методы [14, с. 240].

Методы менеджмента характеризуются разной степенью воздействия на объекты управления и поэтому могут классифицироваться по различным логическим основаниям. Профессора М.П. Переверзев, Н.А. Шайденко, Л.Е. Басовский в основание классификации включили несколько разных признаков: содержание, мотивация, организационные формы и сфера применения [9, с. 77] (табл. 2).

Таблица 2
Классификация методов современного менеджмента

Классификационный признак	Группа методов управления
По содержанию управления	Экономические Организационно-распорядительные Социально-психологические Правовые (юридические)
По мотивации воздействия	Материальная мотивация Моральная мотивация Принудительная (властная) мотивация
По организационной форме	Единоличные (индивидуальные) Коллективные Коллегиальные
По сфере применения	Общие, применяемые ко всей системе управления Локальные, применяемые к отдельным частям системы управления
По объекту управления	Производство Люди Организация Внешние связи

А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных, авторы учебника «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме», понимая под методами управления совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных целей, предлагают следующую типологию [15, с. 23] (табл. 3).

Таблица 3
Классификация методов управления

Метод управления	Разновидность
Регламентирующий	Организационная
	Административная
Стимулирующий	Экономическая
	Социально-психологическая

Поскольку технологии арт-менеджмента являются составной частью социокультурных управлеченческих технологий, то 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.

Г.Н. Новикова предлагает следующую типологию технологий арт-менеджмента:

– организационно-управленческие технологии, предполагающие жесткое распределение обязанностей, соблюдение иерархии подчиненности и контроля, основанной на правовых документах, регламентирующих трудовые права и обязанности;

– проектные технологии, направленные на создание арт-проекта как замысла, плана, нацеленного на преобразование, как составной части, как предварительной модели одной из форм социально-культурной деятельности по реализации разработанной концепции, который является обязательным компонентом профессиональной деятельности творческой команды продюсера, арт-менеджера, коллектива учреждения культуры, министерства, инициативы частного лица;

– маркетинговые технологии, основанные на знании потребительского спроса и его изменений в перспективе и нацеленные на выявление неудовлетворенных запросов потребителей и ориентирование своей деятельности на удовлетворение этих запросов;

– технологии PR, ориентированные на формирование идеологии фирмы, коллектива, отдельной «звезды», выстраивание коммуникаций особого типа в системе зритель–артист, подогревающих интерес к личности «звезды», ее творчеству; внедрение в сознание потребителя культурной продукции той или иной идеи, чтобы заставить зрителя поверить в превосходство над конкурентами предлагаемой услуги (концерта, театральной премьеры, вернисажа и т.п.), разработанной идеи, мифа;

– технологии рекламы, нацеленные на активное насыщение в общественное сознание бренды и имиджи «звезд», делая их «родными» в сознании реальных и потенциальных поклонников и зрителей. Их образы становятся синонимами качества жизни, успеха, закрепляя предпочтения поклонников как преимущественные;

– технологии формирования субъектов в арт-индустрии, обращенные на создание, развитие и сохранение положительного имиджа, разработку личной и деловой философии фирмы, «Я – концепции» конкретного артиста, которые позволяют осознать те духовные и возможно материальные ценности, которыми они будут руководствоваться в своей творческой и деловой деятельности [11, с. 51, 72, 104, 119, 126, 139].

Таким образом, в данной типологии технологии арт-менеджмента представлены средства формирования эффективных механизмов, способствующие организации коммуникационных процессов, мероприятий по повышению имиджа, осуществлению связей с общественностью, стимулированию сотрудников на активную деятельность и развитие учреждения, обеспечению средств и методов реализации арт-проектов.

Исходя из социокультурных оснований менеджмента в сфере культуры и искусства, преподаватели Сибирского федерального университета С.В. Костылев, Н.П. Копцева предлагают следующие виды в классификации технологий арт-менеджмента: организационно-распорядительные; маркетинговые;

образовательные и профессионально-ориентированные; творчески развивающие, формирующие; коммуникативные; рекламы и общественных связей; event-технологии; publicity-технологии [5, с. 46–47; 6, 7].

В теории и практике современного арт-менеджмента общепринятой классификацией методов управления является их деление на административные, экономические и социально-психологические. Поэтому сущность и разновидности методов арт-менеджмента могут быть представлены в виде табл. 4.

Таблица 4
Классификация методов арт-менеджмента

Метод	Характеристика	Разновидность
Административный	Представляет собой способы прямого принуждения к выполнению тех или иных обязанностей, средства командного воздействия на объект управления с помощью приказов, указаний, постановлений, распоряжений, инструкций	Организационный Директивный Инструктивный Императивный Распорядительный
Экономический	Представляет собой средства, ориентированные на заинтересованность сотрудников в эффективном и результативном достижении целей с помощью заработной платы, кредита, субсидий, премий и других экономических стимулов	Материальный Финансовый Бюджетный
Социально-психологический	Представляет собой способы воздействия на потребности и интересы сотрудников с помощью педагогического и морального поощрения (похвала, грамоты, благодарственные письма, дипломы, знаки отличия и др.)	Воспитательный Познавательный Дидактический Когнитивный Суггестивный Рефлексивный

Технологии арт-менеджмента в сфере образования, искусства и художественной практики в целом представляют собой, с одной стороны, способы и средства управления процессом профессиональной подготовки, стажировки, повышения квалификации, а с другой – целостный механизм, нацеленный на анализ эффективности существующей системы подготовки кадров, разработку и обоснование предложений по ее модернизации и совершенствованию.

Факторами эффективности управленческой технологической деятельности современного арт-менеджера являются:

- способность управлять собой (self-management) и своим временем (time-management);
- четкое определение цели выполняемой работы и собственной цели;
- постоянный профессиональный рост и развитие;
- умение гибко реагировать на изменение социокультурной ситуации;
- косвенное воздействие и влияние на окружающих без использования прямых приказов;
- применение новых современных управленческих приёмов и технологий в отношении подчинённых;
- умелое использование кадровых, организационных, материальных, финансовых ресурсов;
- помочь сотрудникам в быстром изучении новых методов и освоении практических навыков;
- создание и воспитание команды единомышленников, способной быстро становиться изобретательной и результативной в работе.

Перечисленные факторы в значительной степени влияют на эффективность деятельности руководителей любых учреждений и организаций культуры и искусства. Вместе с тем факторы, присущие

конкретной области управленческой деятельности, естественно предопределяются её специфическими условиями.

Обобщение опыта свидетельствует о том, что эффективность управленческой деятельности арт-менеджера может быть обеспечена благодаря следующим условиям и принципам:

- создание комплексной системы управления, в которую входит целеполагание, планирование, организация, регулирование, учёт, контроль, мотивация и анализ работы учреждения;
- целесообразное и чёткое распределение обязанностей работников учреждения, установление их ответственности за конкретную работу;
- упорядочение потоков необходимой управленческой информации, включая документооборот и делопроизводство;
- создание благоприятного морально-психологического климата в коллективе.

Следовательно, эффективность управленческой деятельности арт-менеджера зависит от многих условий, среди которых умелое использование трудовых ресурсов, чёткое распределение обязанностей среди сотрудников учреждения, постоянный и систематический рост уровня профессиональной компетентности и мастерства управляющих и управленцев.

Исследование существенных характеристик и базовых принципов региональной системы подготовки кадров для сферы культуры и искусства как современного открытого культурно-образовательного института позволяет утверждать, что такая система сохраняет свой главный признак – единство образовательного и культурного пространства, диалектически обеспечивающее синергетический процесс планирования, проектирования, организации и оценки реализации образовательной деятельности с использованием инновационных технологий арт-менеджмента, соответствующих общим и специфическим закономерностям развития теории и методологии управления.

Решение задач по подготовке квалифицированных кадров для сферы культуры и искусства должно быть возложено на социокультурное образовательное пространство, направленное на проектирование, разработку и внедрение инновационных педагогических технологий обучения, воспитания и развития; формирование у субъектов образовательного процесса профессиональных и личностных компетенций.

Социокультурное образовательное пространство Красноярского края представляет собой комплексную аксиологическую систему, состоящую из когнитивно-познавательного, эмоционально-оценочного и поведенческо-регулятивного элементов, от эффективного сочетания которых зависит качество формирования личных и профессиональных компетенций специалиста отрасли культуры.

Заключение. Таким образом, современный технологический комплекс арт-менеджмента позволяет в полной мере эффективно и результативно способствовать разработке, апробации и внедрению в социокультурное образовательное пространство информационных, коммуникационных, культурно-просветительных, художественно-творческих технологий.

Литература

1. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
2. Жарков А.Д. Социально-культурные основы эстрадного искусства: история, теория, технология: учеб. пособие. – М.: МГУКИ, 2003. – Ч. 1. – 188 с.
3. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. для студ. вузов. – М.: Академия, 2003. – 224 с.
4. Колбер Ф., Эврар И. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия // Арт-менеджер. – М., 2002. – № 3. – С. 3–7.
5. Костылев С.В. Реализация технологий арт-менеджмента в региональной системе подготовки кадров для сферы культуры и искусства Красноярского края // Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития: мат-лы междунар. науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2013. – С. 184.
6. Костылев С.В. Сущность и специфика технологий арт-менеджмента в региональной системе социокультурного и художественного образования // Молодежь и наука: сб. мат-лов IX Всерос. науч.-техн. конф. студ., асп. и мол. ученых с междунар. участием, посвящ. 385-летию со дня основания г. Красноярска. – Красноярск, 2013.

7. Костылев С.В., Копцева Н.П. Применение методов и технологий арт-менеджмента в социокультурном образовательном пространстве Красноярского края [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 4.
8. Краткий словарь иностранных слов / сост. С.М. Локшина. – М., 1985. – 352 с.
9. Менеджмент: учебник. – 2-е изд., доп. и перераб. / под общ. ред. проф. М.П. Переверзева. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 330 с.
10. Менеджмент в сфере культуры и искусства: учеб. пособие / под ред. М.П. Переверзева. – М.: Инфра-М, 2007. – 192 с.
11. Новикова Г.Н. Технологии арт-менеджмента: учеб. пособие. – М.: МГУКИ, 2006. – 178 с.
12. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности: учеб. пособие. – М.: МГУКИ, 2010. – 158 с.
13. Пригожин И.И. Политика – вершина шоу-бизнеса. – М.: ООО «Алкигамма», 2001. – 320 с.
14. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – М.: Инфра-М, 2011. – 512 с.
15. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие. – СПб.: Питер, 2007. – 512 с.
16. Социологический энциклопедический словарь / под ред. Г.В. Осипова. – М.: ИНФРА-М-НОРМА, 1998. – 448 с.

