



Социологические науки

УДК 304.44

Е.А. Полищук

Полищук Елизавета Айказовна, студентка 4 курса группы АРТБ/бак-18 факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: yelizaveta.polishchuk@mail.ru

Научный руководитель: **Морозов Сергей Александрович**, доктор философских наук, профессор кафедры арт-бизнеса и рекламы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

В статье рассматриваются сущности содержания, функциональных характеристик и основных направлений арт-менеджмента, раскрыт понятийный аппарат культурного менеджмента, существующий в научной литературе. Были определены этапы развития арт-менеджмента в России, его основные виды, проанализировано современное состояние арт-менеджмента в стране.

Ключевые слова: арт-менеджмент, галерейный бизнес, арт-бизнес, искусство, арт-менеджер, арт-дилер, арт-рынок, предпринимательство в сфере искусства.

Е.А. Polischuk

Polischuk Elizaveta Aykazovna, 4th course student of ADB-18 group of the

Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: yelizaveta.polishchuk@mail.ru

Research supervisor: **Morozov Sergey Aleksandrovich**, doctor of philosophy, professor of department of art business and advertising of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: morozovsakras@yandex.ru

THE SPECIFICS OF THE DEVELOPMENT OF ART MANAGEMENT IN RUSSIA

The article examines the essence of the content, functional characteristics and main directions of art management, reveals the conceptual apparatus of cultural management that exists in the scientific literature. The stages of development of art management in Russia, its main types were identified, the current state of art management in the country was analyzed.

Key words: art management, gallery business, art business, art, art manager, art dealer, art market, entrepreneurship in the sphere of art.

Современный арт-менеджмент претерпевает серьезные и глубокие изменения, поскольку с развитием цифровых технологий, глобализацией мировой культуры развивается сфера развлечений, досуга, появляются новые частные художественные коллекции и направления искусства, сосредоточенные в виртуальной интернет-среде. Благодаря развитию интернета стало легче продвигать свое творчество в широкие массы общества, однако с ростом спроса и предложения возникает необходимость в грамотном управлении и организации творческой деятельности.

Важное значение во взаимоотношениях между художником и обществом имеют не только экономические связи, но и правовое регулирование деятельности, которое в той или иной степени влияет на

процесс творчества и распространение его результата. Так, без участия правового элемента художник не сможет заключить договор с галереей для выставки или продажи своих картин, да и в целом творцы (художники, артисты, композиторы и пр.) должны знать свои права и обязанности, быть способными поддерживать деловые связи. Такая крайняя необходимость управления творчеством способствовала появлению арт-менеджмента (от англ. art – искусство и management – управление, организация), особенного вида управления деятельностью творца [2, с. 51].

Понятие «арт-менеджмент» имеет непосредственное отношение к управленческому процессу в области культуры и искусства, продвижения и развития художественной практики. В специализированной литературе данный термин рассматривается по-разному, и в каждом случае автор выделяет тот или иной аспект этого понятия. Т.Н. Суминова дает следующее определение: «арт-менеджмент в исполнительских видах искусства корректнее обозначать и воспринимать как артистический менеджмент, который ориентирован на процессы управления творческой активностью и выстраивание карьеры деятелей сцены» [4, с. 130].

Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников определяют культурный менеджмент как «совокупность управленческих отношений и способов управленческой деятельности в социально-культурной сфере как особый вид взаимодействий и взаимосвязей между коллективами и отдельными людьми – субъектами этой деятельности» [3, с. 7]. А Е.И. Жданова определяет арт-менеджмент прежде всего как «менеджмент исполнительских искусств, включающий в орбиту своей деятельности прежде всего творцов, которые создают общественно признанные продукты и услуги» [2, с. 50].

Анализируя различные точки зрения научных экспертов, важно понимать, что современный арт-менеджмент рассматривается не только как компонент социально-культурного управления, но и как самостоятельная особая система, которая включает себя цели, задачи, функции, имеет свой объект – искусство, предметом арт-менеджмента является технологии

организации управленческого процесса. Культурный менеджмент можно рассматривать и в контексте информационного процесса, тесно связанного со взаимодействием творца с социумом, который является одним из важных аспектов управления в социально-культурной сфере [5, с. 95].

Специалисты выделяют следующие цели и задачи арт-менеджмента:

- 1) организация посредничества между творцом и потребителем (общество);
- 2) управление организацией, производство и распространение творческой продукции или услуг;
- 3) обеспечение бесперебойной работы всех звеньев, участвующих в процессе творческой деятельности;
- 4) создание условий для самореализации творческой личности в сфере культуры и искусства.

Компоненты арт-менеджмента также тесно взаимодействуют друг с другом и реализуются в едином процессе творческой и управленческой деятельности. На рисунке 1 схематично представлены виды арт-менеджмента.



Рисунок 1. Виды арт-менеджмента.

Рассматривая специфику развития арт-менеджмента на территории России, его формирование можно условно разделить на несколько этапов, которые отражают основные изменения и развития сферы арт-менеджмента в России.

Первый этап – до XIX века. Эпоха правления Петра Первого, когда преобразования значительно изменили ход развития социально-культурной сферы, зародился арт-менеджмент. До конца XIX века появилось значительное количество новых направлений и жанров в искусстве, были учреждены новые организации культуры, стали активно развиваться международные отношения России с европейскими странами, тогда же появились профессиональные предприниматели, которые активно занимались деятельностью художников и продвигали их.

Второй этап – конец XIX – начало XX века. В этот период произошли еще более значительные изменения в художественной сфере, пришедшие с появлением и развитием индустриализации в России, поскольку появление новых технологий способствовало развитию социально-культурной сферы страны. Ужесточилось правовое регулирование социокультурной сферы, стали появляться новые законы (впервые появился закон «Об авторском праве»), а регулированием музыкального и издательского дела стали заниматься специально созданные государственные организации [3, с. 42].

Третий этап – середина – конец XX века. Теперь социально-культурные учреждения могут свободнее осуществлять творческую и просветительскую деятельность и внедрять инновации в сферу искусства в стране. Так, в России впервые были созданы арт-галереи (галерея Марата Гельмана), были официально признаны и получили распространение: зарубежная музыка, литература, кино, рок-музыка, литература и искусство андеграунда и т.д. [1, с. 9].

Четвертый, заключительный этап – начало XXI в. – по настоящее время. Сегодня арт-менеджмент представляет собой сложную обособленную систему в сфере культуры. Развитие предпринимательства в

социокультурной сфере способствовало тому, что арт-менеджмент стал основой в социокультурном пространстве ведения бизнеса, подразумевающей своеобразные концепции и стратегии продвижения продуктов творческой деятельности [1, с. 10].

Современный российский арт-менеджмент находится в постоянном поиске нестандартных подходов к решению творческих задач, формирует среду для самореализации творческой личности, развивает сферу культуры и искусства в стране, предлагает новые методы организации творческого процесса, способствует общему развитию культуры общества.

Подводя итоги исследования, анализируя основные этапы развития арт-менеджмента в России, его особенности, виды, функциональные характеристики, можно сделать вывод, что отечественный арт-менеджмент ориентирован на осуществление управленческой деятельности в интересах творцов, общества и государства. Современное состояние арт-менеджмента характеризуется еще и тем, что его основная цель заключается в организации творческой деятельности таким образом, чтобы все участники процесса получили максимально возможную выгоду.

Список используемой литературы:

1. *Алейникова, Я. В.* Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности в социально-культурной сфере / Я.В. Алейникова, О.А. Павлова // Современное общество: актуальные проблемы и перспективы развития в социокультурном пространстве : материалы VIII Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 31 марта 2021 г.). – Чебоксары, 2021. – С. 8-12.

2. *Жданов, Е. И.* К вопросу подготовки студентов по арт-менеджменту / Е.И. Жданов // Культура и образование. – 2008. – № 1(1). – С. 50-51.

3. *Арт-менеджмент: учебное пособие / Л. Н. Жуковская, С. В. Костылев, В. С. Лезан и др.;* Министерство образования и науки Российской

Федерации, Сибирский федеральный университет. – Красноярск : СФУ, 2016.
– 185 с.

4. *Суминова, Т. Н.* Арт-менеджмент в контексте индустрии досуга /
Т.Н. Суминова // Вестник МГУКИ. – 2019. – № 2(88). – С. 128-134.

5. *Устинова, В. А.* Сущность и понятие арт-менеджмента / В. А.
Устинова // Экономика труда и управление персоналом. – 2015. – № 5. – С.
93-96.