

УДК 78.075:78.071

МЕНЕДЖМЕНТ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК НАУЧНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В МУЗЫКАЛЬНОМ ВУЗЕ

Крылова А.В.

*ФГБОУ ВПО «Ростовская государственная консерватория (академия) им. С.В. Рахманинова»,
Ростов-на-Дону, e-mail: a.v.krilova@rambler.ru*

Анализ качественной составляющей научных исследований в творческом вузе, имеющем свою специфику, – основа для формирования перспективных направлений развития науки. На примере Ростовской государственной консерватории показаны проблемы, на которых сфокусированы фундаментальные исследования и разработки. Отмечена значимость прикладного музыкознания, позволяющего осуществить прямую связь научных исследований с практикой. В контексте важнейших проблем указаны реконструкция музыкальных традиций донского казачества, рекламная аудио-коммуникация, музыка и социум и др. Как перспективное направление научных исследований выделен менеджмент творческой деятельности. Показана многоаспектность его исследований: арт-проектирование, рынок музыкальной продукции, маркетинговые коммуникации в сфере искусств, реклама художественных событий и пр., обоснованы причины его актуальности и востребованности. Как практически значимые выделены вопросы управления карьерой музыканта, формирование культурной среды, воспитание специалиста по управлению в сфере искусства.

Ключевые слова: музыкальное искусство, менеджмент, творческая деятельность, культурная среда

CREATIVE ACTIVITY MANAGEMENT AS A SCIENTIFIC DIRECTION IN THE HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION OF MUSIC

Krylova A.V.

*Federal State Budget Educational Institution of Higher Professional Education
«Rostov State Conservatoire (Academy) Named After S.V. Rakhmaninov»,
Rostov-on-Don, e-mail: a.v.krilova@rambler.ru*

Issues, on which the fundamental and applied research and developments at the higher educational institution of music are focused, are exemplified by Rostov State Conservatoire. The article notes the importance of the applied musicology, providing the direct relationship between scientific research and practice. The context of the key issues includes the following characteristics: reconstruction of musical traditions of the Don Cossacks, advertising communication and audio means, music and society, psychology of perception, etc. Creative activity management is emphasized as a promising direction of scientific research. The article provides for the multidimensional nature of its research -art-design, music production market, marketing communications in the field of arts, advertising of art events, etc., the good reasons for its importance and relevance. Practically important issues are the issues of musician's career management, forming a cultural environment, bringing up of a management specialist in the field of arts.

Keywords: music art management, creative activity, cultural environment

Перспективы развития вузовской науки сегодня – предмет дискуссий, реформ, разного рода реорганизаций. Теме этой уделяется большое внимание в стратегических правительственных документах, таких, например, как Дорожная карта, включена она в своем финансовом аспекте и в систему мониторинга вузов. Для высших учебных заведений творческого профиля, существенно пострадавших из-за отсутствия дифференцированного подхода к оценке их деятельности, в том числе и научной, в рамках мониторинга 2011 года, самоанализ качественной составляющей научных исследований, формирование перспективных направлений – одна из важнейших в работе научных отделов. Если фундаментальная наука в таких вузах сконцентрирована в рамках целеполагания их научных школ, то прикладная – более мобильна и способна к быстрому реагированию на потребности творческой практики. Например, фундаментальные исследования Ростовской го-

сударственной консерватории (академии) им. С.В. Рахманинова посвящены глобально значимым для культуры в целом вопросам, таким как

- эволюция музыкального искусства,
- развитие современной музыкальной культуры,
- интеграция научного и творческого знания как путь сохранения культурного и духовного наследия,
- музыкальное искусство в эпоху глобализации: процессы трансформации и адаптации,
- гуманистические основы и социальные функции музыкального искусства.

Прикладная же область в проблемном плане более широкоаспектна и практически ориентирована. Возможности приложения такого рода разработок различны. Это может быть воссоздание культурных традиций региона, подобно исследованиям, посвященным донскому музыкальному фольклору, современному состоянию народной

культуры Дона во всем разнообразии этносов, культуре казачества, певческим исполнительским традициям, обрядам, использованию казачьего фольклора в творчестве современных композиторов и т.д. Результаты обработок эмпирического материала, собираемого в полевых условиях, широко используются творческими коллективами, способствуя возрождению хоровой культуры донского края.

Не менее практически значимы исследования, осуществляемые в русле проблемного направления «музыка и социум». Они включают широкий спектр вопросов: музыкальные субкультуры, рекламная аудио-коммуникация, бытование прикладных музыкальных жанров, место и роль музыканта-исполнителя в социокультурном пространстве и иные. Прикладные исследования, ориентированные на учебный процесс охватывают область музыкальной педагогики и психологии творческой деятельности. Это вопросы музыкального образования, методики преподавания музыки, психологии творчества. И, конечно же, в вузе консерваторского типа, выпускающем исполнителей разного профиля, актуально все, что связано с анализом проблем исполнительства. В ряду множественных вопросов, значимых для практической деятельности представителей корпуса исполнительских специальностей – специфика интерпретации художественных текстов, проблемы сценической адаптации музыканта, постановка голоса, снятие мышечного напряжения рук у пианиста, особенности звукоизвлечения при игре на духовых и множество иных.

Говоря о перспективах развития науки в музыкальном вузе, нельзя не выделить особо относительно новую, но остро востребованную область прикладных исследований – менеджмент творческой деятельности. В рамках данной статьи определим понятие «творческая деятельность» как процесс создания художественных ценностей, имеющих общественную значимость. В связи с тем, что в консерваториях образовательный процесс нацелен на воспроизводство специалистов, труд которых составляет творчество, следует подчеркнуть значимость вопросов организации и управления этим сложным процессом.

Заострим внимание не столько на многоаспектности данного проблемного направления, включающего такие области исследований, как арт-проектирование, рынок музыкальной продукции, маркетинговые коммуникации в сфере искусств, рекламу художественных событий и пр., сколько на его актуальности и востребованности. Говоря об этом, выделим три возможных практиче-

ских «выхода» исследований и разработок, осуществляемых в данном проблемном русле. Первый связан непосредственно с профессиональной деятельностью музыкантов, которые по окончании учебных заведений неизбежно сталкиваются с жесткими условиями конкуренции на рынке труда. Являя собой тонко организованный человеческий материал, они, как правило, не приспособлены к решению практических вопросов, начиная от трудоустройства, которому, кстати сказать, до последнего времени музыкальные вузы не уделяли должного внимания [4], до организации концертных выступлений и гастрольных туров. С отсутствием значимых разработок этих аспектов деятельности музыканта-исполнителя, целью которых является создание комфортной отлаженной системы организации репетиционного времени, графика концертных выступлений, решения бытовых проблем во время гастролей, коммуникации с работодателями и концертными агентствами, создания информационной поддержки проектов и пр., связано возникновение когнитивного диссонанса. Следствие этого – психологические срывы, массовое стремление приобрести дополнительную (немзыкальную) специальность, а, нередко и уход из профессии. Результаты неоднократно проводимых нами социопросов молодых специалистов [3] подтверждают необходимость применения знаний управленческого плана, позволяющих решать вопросы творческой профессиональной адаптации в социуме и успешного карьерного роста. Таким образом, управление творческой деятельностью предполагает изучение процесса управления карьерой музыканта.

Приведенные соображения вплотную подводят к еще одному ракурсу, актуализирующему исследования в рассматриваемой нами области управления – это образование. Здесь следует отметить как несомненно положительную тенденцию включение в образовательные стандарты третьего поколения, адресованной музыкантам-исполнителям, дисциплины «Менеджмент». Однако речь идет не столько о получении некоторых сведений в рамках отдельной дисциплины, сколько о возможности воспитания в лоне консерваторий специалиста, способного заниматься управленческой деятельностью именно в сфере искусства. Вопросы особого подхода к его образованию, сочетающему высокий уровень информированности в сфере культуры и искусства с управленческими и экономическими познаниями – специальная область разработок.

К сожалению, внедренные в музыкальные вузы факультеты музыкального менеджмента закрываются как непрофильные,

в то время как совершенно очевидно, что для обычного экономического вуза решение задачи воспитания такого специалиста непосильно. Это предопределено тем, что менеджер, занимающийся управлением в сфере искусства, может формироваться только в лоне искусства по ряду обстоятельств. Во-первых, он должен глубоко понимать эстетически значимую его природу. Во-вторых, работа с «тонкими материями» – артистическими индивидуальностями, создающими творческий продукт и представляющими его в рамках некоего проекта, требует высочайшего организаторского мастерства и глубоких знаний специфики творческих профессий и психологии. В-третьих, изучение музыкального и иных искусств в процессе обучения в вузе формирует раскрепощенность и подвижность мышления, открытость всему новому и способному к продуцированию оригинальных творческих идей. Эти три составляющих и делают профессию арт-менеджера элитной. Не случайно Е. Сафронов, генеральный директор информационного агентства «Интермедиа», отмечает: «Менеджмент артистический, то есть концертные директора, – это профессия, которая сейчас на вес золота. Таких людей очень мало, и они дорого стоят» [5]. Создание методик обучения, тренинговых систем, шире – образовательной концепции воспитания такого специалиста – важная ниша приложения интеллектуальных сил педагогов в музыкальном вузе.

Третий аспект, актуализирующий данное направление исследований, связан с тем, какое место академическое музыкальное искусство занимает в современном социуме. Ни для кого не секрет, что музыкальная классика оттеснена коммерциализированными видами развлечений массового толка. По данным анализа концертно-зрелищного рынка Москвы, классика составляет лишь 10% от общего объема реализуемых билетов на зрелищные мероприятия [1, с. 24]. Во многом это связано с тем, что после 90-х годов XX столетия резко меняются условия бытования музыкального искусства. Прекращается централизованное его финансирование, которое становится лишь частичным. Возникает множество коммерческих проектов, составляющих жесткую конкурентную среду. Чтобы выжить, концертным учреждениям приходится кардинально реформировать свою деятельность, которая развивается теперь в рамках развитого рынка музыкальной продукции.

Однако практика показывает, что на этапе перехода к рыночной экономике ряд отечественных концертных учреждений,

специализирующихся на представлении классической музыки, не только сумели сохранить свою высокую миссию, но и стали рентабельными. Яркий пример тому – деятельность Свердловской государственной филармонии. Иные же субъекты рынка академических концертных услуг, находясь в тех же условиях (в их числе и Ростовская филармония), поступились своей репутацией концертных учреждений, предлагающих зрителям художественные ценности высшей пробы в угоду простого и быстрого пути наполняемости зала посредством представления развлекательного рода шоу и популярной музыки. Результат – размытость образа субъекта концертного бизнеса в глазах потребителя, который перестает понимать, в чем отличие его, например, от Дома культуры, утрата четкой концепции, соответствия своей миссии.

Причина успеха Свердловской филармонии и ей подобных – в грамотном управлении не только самим учреждением, но, и это особенно важно, – потребительской средой. Сказанное выявляет один из интереснейших аспектов исследования процессов управления в сфере искусства – разработку технологий формирования культурной среды. Этот аспект вбирает широкий спектр вопросов, требующих своего изучения в тесной связи с практикой. Но прежде всего он ориентирован на создание методик пошаговой работы с аудиторией, включающих описание инструментов и способов коммуникации, формирование баз данных с возможностями идентификации клиентов и аналитики, разработку дифференцированных подходов к тематическому программированию концертных мероприятий и гибких систем ценообразования, использование информационных технологий и современных средств коммуникации.

Подобные наработки очень перспективны, поскольку позволят со временем решить важную культурно-социальную проблему переориентации приоритетов широкой публики с музыкального ширпотреба на высокое музыкальное искусство. В свете сказанного очевидно, что менеджмент творческой деятельности выступает как инструмент формирования человеческого капитала, способствуя интеллектуальному и культурному развитию социума. Расширяя и укрепляя круг слушателей, заинтересованных академическим музыкальным искусством, он позволяет осознать нравственные ориентиры, сформировать систему ценностей. Не случайно в Федеральной целевой программе «Культура России (2012–2018 годы)» такой подход оценивается как стратегически важный, а понятие культурной среды

получает подробную характеристику. В ней сказано: «Культурная среда – это, во-первых, результат всей совокупности культурной деятельности общества – прошлой и настоящей (включая инфраструктуру организаций культуры, произведения искусства), во-вторых, институт приобщения граждан к нравственным ценностям, хранимым ею, в-третьих, область творческой реализации духовного потенциала людей, в том числе молодого поколения» [2].

Нельзя не сказать, что все мероприятия, связанные с проблемами менеджмента – конференции, издание сборников, маркетинговые исследования публики концертных событий, фестивальные проекты – вызывают активный интерес студенчества. Они непременно планируются и осуществляются в корреляции со студенческим научно-творческим обществом. Интерес молодых ученых к данной проблемной сфере – прямое свидетельство того, что менеджмент творческой деятельности – одно из направлений, определяющих перспективы развития науки в музыкальном вузе.

Список литературы

1. Бедуш Е. Концертный рынок России // Музыкальное и театральное продюсирование: российский и зарубежный опыт. – М.: Арт-менеджмент, 2008. – С. 21–32.
2. Концепция Федеральной целевой программы «Культура России (2012–2018 годы)»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fcpkultura.ru/new.php?id=8> (дата обращения: 23.03.2013).
3. Крылова А. Карьерный рост глазами начинающего музыканта-профессионала: опыт социологического анализа // Музыкант-исполнитель в пространстве мировой культуры: образование, творчество, управление карьерой. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГК им. С.В. Рахманинова, 2011. – С. 252–262.
4. Крылова А., Орехова А. О проблемах трудоустройства выпускников музыкальных вузов (на примере Ростов-

ской консерватории) // Южно-Российский музыкальный альманах, 2013-1 (12). – С. 65–73.

5. Сафронов Е. Информация о культурном событии – это товар // Музыкальное и театральное продюсирование: российский и зарубежный опыт. – М., 2008. – С. 155.

References

1. Bedush E. Koncertnyj rynek Rossii. Muzykal'noe i teatral'noe prodjusirovanie: rossijskij i zarubezhnyj opyt. [Russia's Concert Market. Music and Theatre Production: Russian and Foreign Experience] Moscow, Art-menedzhment, 2008. pp. 21–32.
2. Konceptcija Federal'noj celevoj programmy «Kul'tura Rossii (2012-2018 gody)» [The concept of the Federal special program «Culture of Russia (years 2012-2018)»] Available at: <http://fcpkultura.ru/new.php?id=8> (data obrashhenija: 23.03.2013).
3. Krylova A. Kar'ernyj rost glazami nachinajushhego muzykanta-professionala: opyt sociologicheskogo analiza. Muzykant-ispolnitet' v prostranstve mirovoj kul'tury: obrazovanie, tvorcestvo, upravlenie kar'eroy [Career Growth through the Eyes of a Beginning Professional Musician: Sociological Analysis Experience /Musician in the World Culture: Education, Creative Activity, Career Management]. Rostov-na-Donu, Izdatel'stvo RGK im. S.V. Rahmaninova, 2011. pp. 252–262.
4. Krylova A., Orehova A. O problemah trudoustrojstva vypusknikov muzykal'nyh vuzov (na primere Rostovskoj konservatorii) [About the Problems of Employment of the Graduates of the Higher Educational Institutions of Music (exemplified by Rostov State Conservatoire)]. Juzhno-Rossiiskij muzykal'nyj al'manah, 2013. 1 (12). pp. 65–73.
5. Safronov E. Informacija o kul'turnom sobytii – jeto Tovar. Muzykal'noe i teatral'noe prodjusirovanie: rossijskij i zarubezhnyj opyt [Information on a Cultural Event– is an Article of Merchandise. Music and Theatre Production: Russian and Foreign Experience]. Moscow, 2008. pp. 155.

Рецензенты:

Рудиченко Т.С., д.иск., профессор Ростовской государственной консерватории им. С.В. Рахманинова, г. Ростов-на-Дону;
 Цукер А.М., д.иск., профессор Ростовской государственной консерватории им. С.В. Рахманинова, г. Ростов-на-Дону.
 Работа поступила в редакцию 13.09.2013.