

https://doi.org/10.31516/2410-5325.061.038

УДК 005:379.81

С. В. Оборська, кандидат мистецтвознавства, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

lychia0801@gmail.com

https://orcid.org/0000-0003-3148-6325

СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ПОДІЄВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ МИСТЕЦЬКИХ ПРОЕКТІВ

Досліджено та проаналізовано ключові аспекти подієвого менеджменту й мистецького проекту в контексті їх взаємодії в умовах сучасного соціокультурного простору. Розглянуто сучасний подієвий менеджмент мистецьких проектів; роль подієвих менеджерів у створенні підтримуючих структур художніх процесів; проаналізовано вплив мистецьких проектів у соціальних, художніх та економічних аспектах. Виявлено, що особливостями подієвого менеджменту мистецьких проектів є поєднання та узгодження техніки й процесів бізнес-адміністрування зі світом мистецтва — практичні аспекти ведення бізнесу (раціональне управління ресурсами, підтримка витрат у межах бюджету, забезпечення ефективності) поєднуються з мистецькими засобами вираження, у яких закладено бачення та емоції художників, не пов'язаних з отриманням прибутку. У цьому разі подієвий менеджмент сприяє свободі та простору мистецтва, виконанню суспільної функції — надихати на ідеї і творчі задуми, естетично виховувати, вирішуючи нагальні проблеми суспільства, формувати людську індивідуальність і створювати культурний спадок.

Ключові слова: *подієвий менеджмент, мистецький проект, художники, суспільство, мистецькі угруповання.*

С. В. Оборская, кандидат искусствоведения, доцент, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев

СОВРЕМЕННАЯ ПРОБЛЕМАТИКА СОБЫТИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОЕКТОВ

Исследованы и проанализированы ключевые аспекты событийного менеджмента и художественного проекта в контексте их взаимодействия в условиях современного социокультурного пространства. Рассмотрены современный событийный менеджмент художественных проектов, роль событийных менеджеров в создании поддерживающих структур художественных процессов, влияние художественных проектов в социальных, художественных и экономических аспектах. Вывявлено, что особенностями событийного менеджмента художественных проектов являются сочетание и согласование техники и процессов бизнес-администрирования с миром искусства — практические аспекты ведения бизнеса (рациональное управление ресурсами, поддержка расходов в рамках бюджета, обеспечение эффективности) сочетаются с художественными средствами выражения, в которых заложены видение и эмоции художников, не связанные с извлечением прибыли. В данном случае событийный менеджмент способствует свободе и пространству искусства, выполнению общественной

функции — вдохновлять на идеи и творческие замыслы, эстетически воспринимать, воплощая в жизнь насущные проблемы общества, формировать человеческую индивидуальность и создавать культурное наследие.

Ключевые слова: *событийный менеджмент, художественный проект, художники, общество, художественные группировки.*

S. V. Oborska, Candidate of Art Criticism, Associate Professor, Kyiv National University Culture and Arts, Kyiv

CONTEMPORARY ISSUES OF EVENT MANAGEMENT OF ARTISTIC PROJECTS

The aim of this paper is to study and analyze the key aspects of event management and artistic projects in the context of their interaction in the contemporary social and cultural space.

Research methodology is an organic set of basic principles of research: objectivity, historicism, multifactor model, systematicity, complexity, development and pluralism. The study is based on the following methods of scientific knowledge: problem-chronological, concrete historical, statistical, descriptive, logical and analytical.

Results. The author undertakes a study of contemporary event management of artistic projects; the role of event managers in the creation of supporting structures of artistic processes is considered; the influence of artistic projects in social, artistic and economic aspects is analyzed. The special aspects of event management of artistic projects are the combination and harmonization of techniques and processes of business administration with the world of art, i.e. the practical aspects of doing business, such as rational resource management, support for expenditure within the budget, ensuring efficiency combined with artistic means of expression, which includes vision and emotion artists not connected with profit. In this case, event management contributes to the freedom and space of art, performing the public function — to inspire creative ideas, to educate aesthetically, realizing the urgent issues of society, forming a human personality and creating a cultural heritage.

Novelty. The study has enabled a better understanding of the mechanism of event management and artistic projects in the context of their interaction in the contemporary social and cultural space.

The practical significance. The research may be used in developing lectures by specialists in culturology and art studies.

Keywords: *event management, artistic project, artists, society, artistic groups.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвиток мистецьких проєктів відбувається пропорційно до посилення соціального впливу мистецької галузі — їх взаємозв'язок є очевидним і беззаперечним. Протягом багатьох століть історії людства різноманітні види мистецтва використовувалися владою (для збереження та зміцнення своїх позицій), релігією (для пропаганди), у сфері охорони здоров'я та терапії тощо. Проте на сучасному етапі тенденція долучення мистецтва

для подолання різноманітних соціальних проблем набуває поширення. Подієвий менеджмент у сфері мистецьких проєктів в Україні наразі перебуває в зародковому стані, порівняно з іншими традиційними професіями. Проте ця галузь швидко розвивається, відповідно до світових тенденцій. Актуальність цієї статті полягає в необхідності вивчення та використання передового зарубіжного досвіду для розширення наукового інформаційного поля.

На сучасному етапі вплив мистецтва на соціум — актуальне питання, тема досліджень багатьох зарубіжних науковців. Наприклад, певні аспекти керівництва мистецькими проєктами розглядали А. Джірема та А. Еуварі («Fostering learning — the role of mediators», 2007); тематику впливу мистецтва на суспільні проблеми аналізували І. Белфіоре й О. Беннет («Social Impact of the Arts», 2008); вплив мистецьких проєктів на певні соціальні групи досліджували М. Берді та П. Кенкенен («Life stories and arts in child welfare: enriching communication, Child, Adolescent and Family Services Unit», 2013); роль мистецтва в охороні здоров'я, зокрема практику мистецької терапії, досліджував Д. Аtkінсон («Pedagogies and Becoming: The Force of Art and the Individuation of New Worlds», 2014) та ін. Проте сучасна проблематика подієвого менеджменту мистецьких проєктів досі вивчена недостатньо.

Мета статті — дослідити та проаналізувати ключові аспекти подієвого менеджменту й мистецького проєкту в контексті їх взаємодії в умовах сучасного соціокультурного простору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Подієвий менеджмент можна описати як планування, організацію та ефективне використання всіх ресурсів події для досягнення конкретної мети заходу.

Поняття подієвий менеджмент передбачає управління проєктами для створення та розвитку масштабних заходів (наприклад, фестивалі, конференції, церемонії, концерти, виставки тощо) і передбачає вивчення брэнда, визначення його цільової аудиторії, розроблення концепції події та координацію технічних аспектів (Ramsborg, 2008, р. 23). Планування події також може передбачати бюджетування, вибір місця проведення заходу, отримання дозволів (за необхідності), узгодження транспортування й паркування, запрошення та координацію роботи спікерів або артистів, декорування й харчування (наприклад, фуршет), безпеку проведення заходу тощо, відповідно до особливостей та типу події. За умови залучення висококваліфікованого фахівця з планування подій, котрий має відповідні організаційні та експлуатаційні навички, компанії, організації або окремі особи забезпечують перевагу над конкурентами. Дослідники подієвого менеджменту акцентують на тому, що найефективнішим у плануванні заходу має бути початковий

процес, завдяки чому менеджер може сконцентруватися на питаннях, які потребують уваги на місці (Shone, 2010, p. 213).

Слід зазначити, що під час дослідження подієвого менеджменту багато науковців намагаються сформулювати чітко та повне визначення поняття «подія». Проаналізувавши праці зарубіжних науковців, зазначимо: більшість їх визначень сфокусовано на характеристиках особливих подій та причинах організації. Проте цих визначень бракує для деталізації характеристик щодо їх категоризації та класифікації. Г. Бровдін вважає, що «подія – організований захід (наприклад, зустріч, конвенція, виставка, спеціальний захід) і складається з кількох різноманітних, але пов'язаних функцій» (Bowdin, 2010, p. 14); Д. Тассіопулос зазначає, що заходи поділяються на особисті, дозвіл-леві, культурні та корпоративні й, відповідно, організуються для досягнення певної мети: «події можуть бути описані як перехідні, і кожна подія є унікальним поєднанням його тривалості» (Tassiopoulous, 2005, p. 97). Згідно з Д. Гетзем, події в певному місці й часі мають особливий набір обставин, початок і кінець. Вони завжди плануються та деталізуються заздалегідь, мають певний графік і чітко визначене місце проведення (Getz, 2012, p. 18).

Незалежно від форми та змісту, подіям завжди властиве вміння дивувати людей. Незважаючи на те, що вони заплановані, відповідно, кожна подія контролюється, сама подія завжди надаватиме нового досвіду, який відрізнятиметься від попереднього, а отже, кожна подія – це особистий унікальний досвід (Getz, 2012, p. 21).

У 2010 р. бразильський художник та фотограф В. Мюніс, відомий своїми експериментами з широким спектром нетрадиційних матеріалів (митець створює картини й серії фотознімків), розпочав проект «Pictures of Garbage», який відбувся в Jardim Gramacho (Ріо-де-Жанейро, Бразилія). За участі працівників найбільшого у світі сміттєзвалища, створив серію великих автопортретів із перероблених предметів (використано 4 тонни сміття), перший з яких продано на аукціоні за 50 тис. дол. Мета проекту – запропонувати працівникам нові перспективи для себе та своїх громад, які потерпають від бідності й небезпечних умов праці (Vik Muniz, 2018).

Мистецький проект, як унікальна цільова культурно-творча подія, створюється для досягнення конкретних результатів, пов'язаних зокрема з економікою та суспільством. Відповідно до теми цього дослідження, ґрунтовніше розглянуто й проаналізовано особливості подієвого менеджменту під час проведення соціокультурних мистецьких проектів.

На сучасному етапі багато мистецьких починань організовують у проекти. Відповідно, управління мистецькими проектами, так званий подієвий менеджмент, має вирішальне значення для успіху і сталості мистецтва. Загалом функція подієвого менеджменту – висококваліфікована організація, яка складається з чотирьох ресурсів – ідеї, часу, фінансування та команди. Окрім того, у будь-якому мистецькому проекті важливими є прогнозування, стратегічне мислення та планування, а для проектів, мета яких – безпосереднє формування суспільної думки, важливо зважати на різноманітні впливи.

Слід зазначити, що роль керівників мистецьких проектів, у цьому випадку подієвих менеджерів, не завжди виконують професіонали. Наприклад, ініціаторами соціального мистецького проекту «Still Running: Art Marathon for Boston» (Бостон, штат Массачусетс), який відбувся після трагедії на Бостонському марафоні в квітні 2013 р., стали студенти університету Л. де Гаetano та Т. Мортел, за підтримки Boston University College of Fine Arts (CFA) School of Visual Arts alum. Цей проект запропонував серію суспільних арт-виставок, на яких демонструвалися роботи художників з усієї країни; кошти від продажу одягу (футболки), розробленого художниками та дизайнерами, які брали участь у проекті, передано для підтримки постраждалих під час трагедії; регулярно проводилися «мистецькі марафони», за підтримки місцевих громад та перших респондентів, включно з пожежниками й лікарями, з метою полегшення «морального зцілення людей» (*Still running an art marathon for Boston*, 2018).

Подієвий менеджмент мистецьких проектів передбачає, що в усіх основних управлінських функціях, таких як планування та контроль, продумано не лише загальну мету проекту, але й усі можливі для суспільства наслідки. У мистецьких проектах може бути багато позитивних, але непередбачених соціальних впливів, і лише завдяки осмисленому та систематизованому плануванню, організації, контролю та оцінці можливих впливів забезпечується підтримка всіх зацікавлених сторін.

Подієві менеджери, котрі працюють у мистецькій галузі, відповідальні за художників, відповідні мистецькі угруповання та суспільство загалом, відтак їх діяльність на сучасному етапі спрямована на створення підґрунтя для успішної творчості митців усіх стилів, жанрів, культур та мов, задовольняючи потреби людства.

Подієвий менеджмент мистецьких проектів Д. Тернер визначає як «прагнення, у якому людські, матеріальні й фінансові ресурси організовані по-новому, щоб виконати унікальний обсяг робіт, даних з

обмеженнями вартості та часу, для зміни кількісної та якісної мети» (Turner, 1998, p. 52).

Наразі багато заходів у галузі мистецтва відбуваються в межах подієвого менеджменту. Саме тому управління мистецькими проектами слід розглядати як фундаментальний аспект успішного управління в мистецтві, зокрема для довготривалості мистецтва подієві менеджери повинні забезпечити стабільне середовище, у якому художники діють виключно як творчі особистості. Усі форми мистецтва — музика, література, дизайн, кіномистецтво, а також виконавське та візуальне мистецтво — передбачають немало заходів, які мають економічні результати та впливають на соціокультурне середовище, отже, для досягнення ефективних та впливових результатів вони потребують професійного управління.

На основі наведеного вище визначення подієвого менеджменту в галузі мистецтва можна стверджувати: усі мистецькі проекти працюють з обмеженими ресурсами; стикаються зі значним ризиком та невизначеністю; ключова роль подієвого менеджера полягає в інтеграції всіх означених аспектів із місією, баченням, метою та завданням окремих художників (митців) або мистецьких організацій.

Подієвий менеджмент мистецьких проектів — обмежений у часі процес, завдяки якому проект успішно реалізується, тобто митець досягає мети. На практиці це потребує застосування необхідних навичок, інструментів, технологій та знань; управління ресурсами, щоб досягти бажаних результатів (наприклад, художні виставки, які часто обмежені термінами й бюджетом); управління змінами (реагування на непередбачені обставини, такі як затримка транспорту або анулювання місця проведення); планування та контроль для досягнення найкращих результатів плану проекту, з урахуванням часових обмежень; спілкування з усіма зацікавленими сторонами, як внутрішніми (наприклад, проектна група), так і зовнішніми (спонсори, меценати); реалізація вимог, пов'язаних з метою проекту; оцінка результатів проекту.

Кваліфікований подієвий менеджмент знижує ризик і допомагає уникнути багатьох недоліків у роботі над проектом, координувати ресурси й досягати запланованих результатів, проте не гарантує відсутності виникнення певних проблем у процесі. Подієвий менеджмент загалом і мистецьких проектів зокрема не є точною наукою. Відповідно, подієвий менеджмент мистецьких проектів можна назвати симбіозом мистецтва й науки — це мистецтво, оскільки передбачає управління людьми та спілкування з ними й часто потребує від керівника проекту застосування навичок у ситуаціях, унікальних для кожного проекту; це

наука, оскільки базується на перевірених процесах та методах для досягнення успіху.

Слід зазначити, що мистецькі проекти, спрямовані на соціальний вплив, відбуваються на перетині різних площин, оскільки зазвичай у них беруть участь представники різних суспільних практик, із чіткими нормами та цінностями. І. Венгер визначає цю спільноту як таку, що поділяє цінності, мову й об'єднує мистецтво; часто вони визначаються через професійну належність, наприклад: художник, директор музею, критик, чиновник відомства, представник страхувальної компанії тощо (Wenger, 1998, р. 23). Кожен із них привносить у проектну діяльність власний внесок і має чітко визначену роль. Художники, з одного боку, є провайдером рішення, а з іншого — «серцем» діяльності.

Значний резонанс у світі мав проведений у 2004 р. у Фінляндії проект «TARU», який відбувся як складова масштабної програми «EQUAL ЕС», призначеної для розвитку наднаціональної співпраці в боротьбі проти різноманітних форм дискримінації та нерівноправності, за підтримки Європейського соціального фонду. Основною цільовою групою проекту стали художники-імігранти та художники-інваліди, котрі працювали як фрілансери й отримували лише частину прибутку від продажу творів. Метою організаторів проекту («Lasipalatsi Media Center Ltd.», які відповідали за координацію та фінансове управління), було зацікавити спільноту творчістю митців, використовуючи телебачення, інтернет, мобільні послуги та цифровий друк, збільшити продаж творів мистецтва і сприяти зайнятості художників. У глобальному сенсі проект було спрямовано на зміну ставлення влади та потенціальних роботодавців до представників цільової групи.

До групи управління проектом увійшли представники організацій-партнерів («YLE Finnish Broadcasting Company», «Finnish Theatre Information Centre» та «Försti-Filmi Ltd.»), асоціацій художників-інвалідів та художників-імігрантів.

У межах проекту проводилися регулярні семінари та лекції за підтримки влади та за участі експертів у галузі образотворчого мистецтва, телевізійні шоу, створено веб-сайт «TARU» й особисті сторінки художників, у художній галереї Lasipalatsi Media Центр організовано шість виставок, а також вийшли друком книги, присвячені творчості художників (Jareme, 2007, pp. 117–125).

Слід зазначити, що подієвий менеджер мистецьких проектів повинен мати навички планування, організації та проведення будь-якого заходу сучасного мистецтва, від художньої виставки до міжнародного бієнале, концентруючись не лише на розробленні професійної виставкової

пропозиції, а й на логіці роботи безпосередньо з митцями та художніми організаціями.

Аналізуючи завдання подієвих менеджерів у мистецьких проектах, можна визначити як головне — об'єднання всіх учасників для активізації взаємодії, забезпечення спільної практики й оцінки кінцевих результатів. Окрім того, вони мають створювати легітимації для художників та інших учасників — сприяти поліпшенню розуміння проблем, які необхідно вирішити, та спеціальних питань у конкретних контекстах.

Висновки. Особливостями подієвого менеджменту мистецьких проєктів є поєднання та узгодження техніки й процесів бізнес-аналізування зі світом мистецтва — практичні аспекти ведення бізнесу, такі як раціональне управління ресурсами, підтримка витрат у рамках бюджету, забезпечення ефективності. У цьому разі подієвий менеджмент сприяє свободі та простору мистецтва, виконанню суспільної функції — надихати на ідеї і творчі задуми, естетично виховувати, вирішуючи нагальні проблеми суспільства, формувати людську індивідуальність і створювати культурний спадок.

Перспективи подальших досліджень. На сучасному етапі багато заходів у галузі мистецтва відбуваються в межах подієвого менеджменту. Саме тому управління мистецькими проєктами — фундаментальний аспект успішного управління в мистецтві. Зважаючи на те, що в Україні нині галузь подієвого менеджменту у сфері мистецьких проєктів інтенсивно розвивається, відповідно до світових тенденцій, означена тема потребує подальшого дослідження.

Список посилань

- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., and McDonnell, I. (2010) *Events Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Getz, D. (2012). *Event Studies: theory, research and policy for planned events*. London: Routledge.
- Jareme, A., and Ayvaru, A. (2007). The Role of Mediators in Enabling the Learning Process of New Entrants to Art Field. *Knowledge Management Research and Practice*, 5 (2), 117–125.
- Jareme, A., and Ayvaru, A. (2015). *Art encountering society; identifying the skills 13th International Conference of Arts and Cultural management*, June 28 – July 2, 2015. The Institute of Public Management and Territorial Governance of Aix-Marseille University and KEDGE Business School, Aix-en-Provence and Marseille, France.
- Ramsborg, G. C., Miller, B., Breiter, D., BJ Reed, and Rushing, A. (Eds.). (2008). *Professional meeting management: Comprehensive strategies for meetings, conventions and events* (5th ed.). Kendall/Hunt Publishing, Dubuque, Iowa.

- Shone, A., and Parry, B. (2010). *Successful Event Management*. Andover: Cengage Learning EMEA.
- Still running an art marathon for Boston*. Retrieved from <https://www.bu.edu/cfa/boston-university-college-of-fine-arts>
- Tassiopoulus, D. (Ed.) (2005). *Event Management: a professional and development approach*. Lansdowne: Juta.
- Turner, J. R. (1998). *Handbook of project-based management*. New York: McGraw Hill.
- Vik Muniz*. Retrieved from <http://vikmuniz.net>.
- Wenger, E. C. (1998). *Communities of practice: learning, meaning and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.

References

- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2010) *Events Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann [in English].
- Getz, D. (2012). *Event Studies: theory, research and policy for planned events*. London: Routledge [in English].
- Jareme, A. Ayvaru, A. (2007). The Role of Mediators in Enabling the Learning Process of New Entrants to Art Field. *Knowledge Management Research and Practice*, 5 (2), 117–125 [in English].
- Jareme, A. Ayvaru, A. (2015). *Art encountering society; identifying the skills 13th International Conference of Arts and Cultural management*, June 28 – July 2, 2015. The Institute of Public Management and Territorial Governance of Aix-Marseille University and KEDGE Business School, Aix-en-Provence and Marseille, France [in English].
- Ramsborg, G.C., B Miller, D Breiter, BJ Reed & A Rushing (eds) (2008). *Professional meeting management: Comprehensive strategies for meetings, conventions and events*, 5th ed. Kendall/Hunt Publishing, Dubuque, Iowa [in English].
- Shone, A., Parry, B. (2010). *Successful Event Management*. Andover: Cengage Learning EMEA [in English].
- Still running an art marathon for Boston*. Retrieved from <https://www.bu.edu/cfa/boston-university-college-of-fine-arts> [in English].
- Tassiopoulus, D (ed.) (2005). *Event Management: a professional and development approach*. Lansdowne: Juta [in English].
- Turner, J. R. (1998). *Handbook of project-based management*. New York : McGraw Hill [in English].
- Vik Muniz*. Retrieved from <http://vikmuniz.net> [in English].
- Wenger, E. C. (1998). *Communities of practice: learning, meaning and identity*. Cambridge : Cambridge University Press [in English].

Надійшла до редколегії 20.04.2018 р.