

А. В. КРЫЛОВА

*Ростовская государственная консерватория
им. С. В. Рахманинова*

УДК 78.078

DOI: 10.17674/1997-0854.2015.4.101-106

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА В ОБРАЗОВАНИИ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО МУЗЫКАЛЬНОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ (ОПЫТ РОСТОВСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КОНСЕРВАТОРИИ ИМЕНИ С. В. РАХМАНИНОВА)

Отделения менеджмента стали открываться в российских музыкальных вузах в начале 2000-х годов. Первопроходцем в ряду академических музыкальных высших учебных заведений, решившихся на этот шаг, стала академия музыки имени Гнесиных, вслед за которой, в 2006 году специальность музыкальный менеджмент лицензируется Ростовской государственной консерваторией имени С. В. Рахманинова (шифр 080507.65-66). Последний набор на эту специальность, сегодня признанную высшестоящими инстанциями непрофильной для музыкальных вузов страны, был осуществлён РГК в 2013 году. С 2015 года будет производиться приём на сменившую менеджмент специальность «Продюсерство», во многом наследующую наполнение образовательной программы по менеджменту, но имеющую свою специфику, однако это – иная тема.

Нельзя сказать, что вторжение менеджмента в строго академическую консерваторскую среду было мягким. Срабатывал определённый консерватизм сообщества, имеющий как положительные, так и отрицательные стороны. Подчеркнём, что существовали объективные причины, чётко обозначившиеся в период перестройки и сделавшие этот шаг оправданным. Прежде всего, это мощное наступательное движение мгновенно коммерциализировавшегося сектора массовой популярной музыки, оттеснившего академическое исполнительское искусство на периферию. Блестяще упакованная в формат шоу попса буквально погло-

тила внимание поколений перестроечного периода, успешно программируя сознание молодёжи (в полной гармонии с рекламным контентом) на эталоны красивой и успешной жизни, дающейся быстро и легко [4].

Труд академического музыканта, огромный образовательный цикл, итогом которого, увы, не является материальная защищённость, исключили данную профессию из перечня престижных. Существенно снизились наборы в музыкальные вузы, исчезла жёсткая конкурсная борьба за поступление. Всё это подготовило идею о необходимости воспитания внутри академического музыкального сообщества специалиста, способного внедрять современные технологии концертного дела в сферу бытования классической музыки, выживать в рыночных условиях, имея в руках бесценный музыкальный продукт высокого интеллектуального уровня, продвигать его, формировать спрос, делать его конкурентоспособным [1].

Профессия менеджера, начиная с 1990-х, была самой востребованной, эту специальность, в погоне за дополнительными финансовыми средствами, завёл почти каждый вуз. Но для консерваторий материальный мотив был вторичен. На фоне изобилия предложений по обучению данному экономическому профилю, менеджмент в сфере музыкальных искусств был эксклюзивным образовательным направлением. Он включал три важнейших образовательных блока: экономический, общекультурный и специальный. Экономический составлял госстандарт специальности «Менеджмент

организации», который был направлен на формирование экономических знаний, позволявших арт-менеджеру ориентироваться в вопросах маркетинга, менеджмента, бухучёта, статистики, экономической теории, мировой экономики и т. п. Общекультурный блок формировал личность, обладающую широким кругозором, информированную в истории и современном состоянии разных видов искусств, разбирающуюся в культурных процессах и мега-тенденциях времени. И, наконец, специальный – наделял профессионала инструментами, позволяющими ему успешно осуществлять проектную деятельность в сфере музыкального искусства: от камерного концерта – до международного фестиваля.

Очевидно, что такой специалист мог быть сформирован только в лоне творческого вуза. Никакой технически ориентированный университет не мог бы справиться с этой задачей уж только потому, что основу деятельности арт-менеджера составляет коммуникация в особой артистической музыкантской среде. А это непростое сообщество требует знания психологии личности артиста, понимания природы музыкального искусства и многого другого, что не даётся одним изучением цикла предметов, а формируется средой, постоянной живой практикой общения с музыкантами, готовящими себя к концертной работе.

Важным представляется взгляд на музыкального менеджера со стороны тех, кому адресована его профессиональная деятельность – то есть молодых исполнителей, карьера которых ещё не состоялась. Неоднократно проводившиеся в РК социологические исследования (см.: [2; 3]) выявили как значимость вопроса построения карьеры для молодых преддипломированных музыкантов, так и необходимость получения ими знаний из области предпринимательской деятельности – маркетинга, рекламы, авторского права, организации гастрольной деятельности, фандрайзинга, или же предоставления возможности воспользоваться

услугами специалиста в данной области. Это ещё раз подтвердило, что ниша профессиональной деятельности управленца, нацеленного на работу в сфере продвижения исполнительских искусств, коллективов, талантливых солистов или же учреждений, которые призваны осуществлять концертную деятельность, реально существует.

Однако вернёмся к вопросу содержательного наполнения образовательного цикла, результатом которого становится формирование такого специалиста. Подчеркнём две составляющие, которые сущностно отличают данную специальность в рамках творческого вуза. Это формирование установки на творческую активность мышления, без которой невозможна реализация идей в художественной сфере деятельности, а также прочного пласта представлений о культуре и искусстве. В разделах «региональный компонент» и «дисциплины по выбору» (циклы ГСЭ, ЕН, ОПД) нашли место такие предметы, как история музыки, теория и коммуникативные свойства музыки, культурология, культура и искусство постмодерна, риторика, стили и направления в дизайне, современные визуальные искусства, массовые жанры в современном искусстве, история джаза. В разделе дисциплины специализации – творческое проектирование, реклама и пиар художественных событий, рынок музыкальной продукции, гастрольный и фестивальный менеджмент, организация и экономика массовых зрелищ, фандрайзинг, событийный менеджмент.

Таким образом, в теоретическом плане обеспечены были не только цикл экономических дисциплин, предусмотренный госстандартом и формирующий компетенции профильного экономиста, но и те содержательные составляющие образования, на которых базируются компетенции, значимые для менеджера, работающего в сфере искусства. Но менеджер – прежде всего практик, и конечно же, это учитывалось учебным планом, включающим ознакомительную, производственную и преддипломную прак-



тики. Здесь важно подчеркнуть иное: начиная с первого курса, студенты оказываются вовлечёнными в процесс создания творческого продукта. Осуществляется это в двух формах: организации музыкальных событий – концертов, фестивалей, презентаций музыкальных коллективов – и клипмейкерства. Так, в рамках предмета «Творческое проектирование» уже на первом курсе предусмотрен коллективный курсовой проект. Его дидактические задачи многоплановы: заложить основы умений командного взаимодействия, способствовать повышению коммуникабельности через раскрепощение – телесное, психическое, приобщить к основам проектной деятельности в сфере искусства. Соответственно используются и разные формы совместной творческой коммуникации, в частности, сочинение и разыгрывание арт-этюдов, постановка театральных фрагментов и даже коллажи оперных эпизодов. Одна из итоговых проектных форм – концерт-презентация исполнителей и музыкальных коллективов либо студенческих консерваторских, либо тех, где активное участие принимают студенты-менеджеры в качестве солистов или руководителей. Итак, начавшись на первом курсе, работа по организации событий, в том числе концертных, имеет продолжение в рамках разных предметов, а не только практик.

Большой интерес у студентов вызывает работа над созданием клипов. Эта форма рассматривается и как творческая, и как рекламная практики. Её введение было обусловлено пониманием значимости визуальных факторов восприятия в современной культуре и тех возможностей, которые в эру «клипового сознания» позволяют привлечь внимание массового слушателя к академическим формам музыкального искусства. Для развития креативного мышления это очень результативный вид обучающей деятельности. Он включает такие этапы, как разработка идеи и темы, выстраивание смысловой логики следования кадров, создание драматургической целостности клипа, сведение

визуальной и музыкальной дорожек, не говоря уже о съёмке видеоматериала, его нарезки и монтажа. Протекает он, как правило, в позитивной атмосфере поиска, игры, творческих споров и дискуссий.

В рамках любой дисциплины, как известно, имеет место практическая часть занятий, но для цикла дисциплин специализаций она особенно значима. Например, в рамках спецкурса «Рынок музыкальной продукции», студенты из года в год производят мониторинг деятельности субъектов ростовского рынка концертно-театральных услуг, итог этой работы – ежегодная факультетская конференция, перманентное накопление данных, формирующих общую информационную базу, к которой сами же студенты прибегают при работе над дипломными проектами. Таким образом, благодаря практической ориентации обучения будущий управленец начинает реально осознавать свои цели и задачи, осмысливать свои функции, вникать в профессию как в особого рода деятельность, научается азам анализа фактов и данных, технологии продвижения исполнительских проектов.

Очевидно, что уровень современного специалиста требует комплексных знаний и сформированного научного мышления, именно поэтому столь важны точки взаимодействия между теоретическим знанием и его практической реализацией. Опыт факультета менеджмента Ростовской государственной консерватории показывает, что только последовательное внедрение принципа «познал – применил», может дать устойчивый положительный результат. Важнейшим итоговим звеном, позволяющим осуществить этот симбиоз теории и практики, является работа начинающих арт-менеджеров над дипломным проектом, основу которого составляет реальная деятельность по продвижению проектов в сфере музыкального искусства, в том числе и исполнительского. Это тот этап формирования специалиста, когда он уже имеет определённый багаж теоретических знаний, равно

как и реальные представления о сущности театральнo-концертных услуг, полученные в рамках цикла практик, и ему предоставляется возможность самому смоделировать, а в идеале – осуществить проектную деятельность «под ключ» – от теоретического обоснования идеи, замысла, до его воплощения.

Практика руководства дипломными проектами арт-менеджеров показывает, что очень важным моментом, стимулирующим профессиональный интерес и даже творческий азарт молодого специалиста на преддипломном этапе, является выбор темы. Существенными здесь являются два фактора. Первый – социальная значимость проекта, второй – наличие объекта для реального или потенциального внедрения задуманной разработки. Вот несколько примеров. Диплом А. П. Обущенко (2011) на тему «Тематическое программирование как инструмент маркетинга в сфере музыкальных искусств» имел в основе организацию и успешное проведение ряда концертных студенческих проектов (один из них, как и сама технология тематического программирования, описан в статье А. П. Обущенко: [5]). В основе работы «Продвижение классической музыки в сети интернет на примере сайта Ростовского государственного музыкального театра» лежала реальная разработка сайта (А. В. Кабанов, выпуск 2012). Результатом дипломной темы «Организационно-экономические особенности проекта “Стажировка молодых оперных певцов в Италии”» стала поездка и обучение в Италии группы студентов вокального факультета РГК и других вузов РФ (Е. И. Броженко, 2012). Диплом «Создание и оптимизация компании по прокату концертного оборудования в условиях изменяющегося рынка ЮФО» явился исходной точкой успешного бизнеса его автора (В. Ю. Марушкевич, 2013).

Не менее привлекательны для студентов и темы яркой социальной направленности, например, «Организация арт-пространства для глухих людей в Ростове-на-Дону» (С. В. Артеменко, 2013) или «Продвижение

музыкальных учебных заведений посредством организации специальных событий». Поясним, что основу последней, только что защищённой работы, составил цикл благотворительных концертов, средства от которых были направлены на адресную помощь талантливым детям и студентам-инвалидам и сиротам РГК и Ростовского колледжа искусств (М. О. Орлова, 2015). Примеры такого рода множественны.

Итак, очевидно, что вовлечённость студентов в практическую деятельность не только актуализирует полученные теоретические знания, но формирует личность арт-менеджера как деятельного, многосторонне оснащённого специалиста, способного осуществлять управление сложными ресурсами – человеческими, финансовыми, творческими, – необходимыми в его дальнейшей работе.

И здесь естественен вопрос о профильной реализации полученных молодыми специалистами – выпускниками кафедры менеджмента РГК – знаний в их дальнейшей трудовой деятельности. Пять выпусков Ростовской консерватории свидетельствуют о полном трудоустройстве молодых специалистов (первый выпуск был осуществлён по ускоренной программе на основе уже имеющегося высшего образования). Кстати, вопрос рынка труда является одной из проблем, подвергающейся постоянному мониторингу силами самих студентов. Так, на студенческой конференции «Менеджмент в сфере культуры и образования», состоявшейся 21 ноября 2014 года, был представлен доклад «О востребованности специалиста по менеджменту в сфере искусств в современном социуме», автор которого изложил результаты анализа существующих в городе рабочих мест, очертив возможные ниши приложения сил. Основные направления в целом совпали со статистикой по трудоустройству выпускников-менеджеров. Это создание своего бизнеса, управление продвижением творческих коллективов, сфера событийного менеджмента – event агентства, концертные агентства, управленческий корпус образовательных и досуговых учреж-

дений – ДМШ, ДШИ, творческих студий, домов культуры и пр., радио, телевидение, рекламные и туристические фирмы. Добавим к этому ряду любые иные варианты, требующие знаний и умений дипломированного управленца вне сферы культуры и искусства.

Вопрос о смене специальности «Менеджмент организации» на «Продюсерство», конечно, явился предметом бурного обсуждения. Студенты даже провели краткое анкетирование, один из результатов которого весьма любопытен. На вопрос о том, согласились бы вы переквалифицироваться

с менеджера на продюсера, большинство ответили отрицательно. Возможно, что при значительной доли прагматизма молодого поколения, причиной этому являются именно широкие возможности трудоустройства молодых специалистов, получающих специализацию «Музыкальный менеджмент».

Следующей страницей истории, которой в полном смысле слова через четыре года, после завершения цикла обучения нынешним контингентом, станет факультет менеджмента РГК, будет «Продюсерство», но это уже день завтрашний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вадовская Е. В. Американская маркетинговая модель на русской почве: опыт адаптации // Проблемы менеджмента в сфере академической музыки: сб. ст. М.: Композитор, 2010. С. 16–30.

2. Крылова А. В. Карьерный рост глазами начинающего музыканта-профессионала: опыт социологического анализа // Музыкант-исполнитель в пространстве мировой культуры: образование, творчество, управление карьерой. Ростов н/Д, 2011. С. 252–262.

3. Крылова А. В., Орехова А. Ю. О проблемах трудоустройства выпускников музыкальных вузов (на

примере Ростовской консерватории) // Южно-Российский музыкальный альманах. 2013. № 1. С. 65–72.

4. Крылова А. В., Смирнов В. Б. Человек в звуковом поле рекламы // Социология музыки. Новые стратегии в гуманитарных науках. М., 2011. С. 325–331.

5. Обущенко А. П. Тематическое программирование как инструмент маркетинга // Музыкальный менеджмент: искусство, бизнес, образование: сб. науч. ст. Ростов н/Д, 2013. С. 89–103.

6. Крылова А. В. Проектная деятельность в сфере академического музыкального искусства // Проблемы музыкальной науки. 2012. № 1 (10). С. 19–23.

REFERENCES

1. Vadovskaya E.V. Amerikanskaya marketingovaya model' na russkoy pochve: opyt adaptatsii [The American Model of Marketing on Russian Soil: an Attempt of Adaptation]. *Problemy menedzhmenta v sfere akademicheskoy muzyki: sb. st.* [Problems of Management in the Field of Classical Music: a Compilation of Articles]. Moscow: Kompozitor Press, 2010, pp.16–30.

2. Krylova A. V. Kar'ernyy rost glazami nachinayushchego muzykanta-professionala: opyt sotsiologicheskogo analiza [Career Advancement Through the Eyes of the Aspiring Professional Musician: an Attempt of Sociological Analysis]. *Muzykant-ispolnitel' v prostranstve mirovoy kul'tury: obrazovanie, tvorchestvo, upravlenie kar'eroy* [The Musician-Performer in the Space of World Culture: Education, Creativity, Career Management]. Rostov-on-Don, 2011, pp. 252–262.

3. Krylova A. V., Orekhova A. Yu. O problemakh trudoustroystva vypusknikov muzykal'nykh vuzov (na primere Rostovskoy konservatorii) [The Problems of Employment of Graduates from Music Higher Educational Establishments (on the Example of the

Rostov Conservatory)]. *Yuzhno-Rossiyskiy muzykal'nyy al'manakh* [Southern Russian Musical Almanac]. 2013, No. 1, pp. 65–72.

4. Krylova A. V., Smirnov V. B. Chelovek v zvukovom pole reklamy [The Human Being in the Sonar Domain of Advertising]. *Sotsiologiya muzyki. Noveye strategii v gumanitarnykh naukakh* [Sociology of Music. New Strategies in Humanitarian Disciplines]. Moscow: Kompozitor Press, 2009, pp. 325–331.

5. Obushchenko A. P. Tematicheskoe programmirovaniye kak instrument marketinga [Subject-Related Programming as a Marketing Tool]. *Muzykal'nyy menedzhment: iskusstvo, biznes, obrazovanie: sb. nauch. st.* [Musical Management: Art, Business, Education: A Compilation of Scholarly Articles]. Rostov-on-Don, 2013, pp. 89–103.

6. Krylova A. V. Proektnaya deyatel'nost' v sfere akademicheskogo muzykal'nogo iskusstva [Project Activities in the Sphere of the Art of Classical Music]. *Problemy muzykal'noy nauki* [Music Scholarchip]. 2012, No. 1 (10), pp. 19–23.

Теория и практика в образовании специалистов по музыкальному менеджменту (опыт Ростовской государственной консерватории имени С. В. Рахманинова)

Цель статьи – анализ опыта обучения менеджеров в сфере музыкального искусства, накопленного Ростовской государственной консерваторией (РГК). Автор выявляет причины, стимулировавшие в начале 2000-х годов введение данной специальности в российские музыкальные вузы. Дается обоснование необходимости воспитания внутри академического музыкального сообщества специалиста, способного: внедрять современные технологии концертного дела в сферу бытования классической музыки; выживать в рыночных условиях, имея в руках музыкальный продукт высокого интеллектуального уровня; формировать спрос; делать искусство конкурентоспособным. Характеризуется программа обучения музыкальных менеджеров в РГК. Особо подчеркивается востребованность данной специальности в социуме, важность практической составляющей, охватывающей весь цикл обучения параллельно с освоением теории управления в сфере культуры. В процессе анализа комплекса учебных дисциплин, призванных сформировать специалиста по менеджменту в сфере академического искусства, акцентируется значимость установки на творческую активность мышления, без которой невозможна реализация идей в художественной сфере деятельности, а также фундирование прочного пласта представлений о культуре и искусстве. Исследуется опыт проектной деятельности выпускников-менеджеров РГК, рассматриваются формы творческого проектирования, вводимые на разных этапах обучения, их цели и задачи, вплоть до дипломного проекта.

Ключевые слова: музыкальный менеджмент, музыкальное образование, проектная деятельность в сфере культуры, фандрайзинг, Ростовская государственная консерватория, теория управления в сфере культуры

Theory and Practice in Education of Specialists in Musical Management (the Experience of the Rostov State S.V. Rachmaninoff Conservatory)

The aim of the article is to present an analysis of the experience of instructing managers in the sphere of music, accumulated by the Rostov State Conservatory (RSK). The author discloses the causes that stimulated the introduction of this field of study into the Russian musical higher educational institutions in the early 2000s substantiation is given of the necessity of educating within the classical musical community of a type of specialist capable of: implementing contemporary technologies of concert presenting business into the sphere of existence of classical music; surviving in market conditions, having available a musical product of a high intellectual level; and making art commercially viable. Characterization is provided for the program of instruction of musical managers at the RSK. Especially stressed the demand for this given field of study in society and the importance of the practical component spanning the entire cycle of instruction, along with the reclamation of the theory of management in the sphere of culture. During the process of analysis of the complex of tutorial disciplines called to shape the specialist in management in the sphere of serious art stress, is made of the significance of attention towards creative activity of thought, without which no realization of ideas in the artistic sphere of activity is possible, as well as foundation of a sturdy stratum of the conceptions of culture and art. The experience of project activity of managers, graduates from the RSK is researched, and examination is carried out of various forms of creative projecting, introduced at various stages of education, their aims and goals, up to the diploma project.

Keywords: musical management, musical education, project activities in the sphere of culture, fundraising, the Rostov State Conservatory, theory of management in the sphere of culture

Крылова Александра Владимировна

проректор по научной работе,
доктор культурологии,
кандидат искусствоведения,
профессор, заведующая кафедрой
музыкального менеджмента
E-mail: a.v.krilova@rambler.ru
Ростовская государственная консерватория
им. С. В. Рахманинова
Ростов-на Дону 344002, Российская Федерация

Alexandra V. Krylova

Pro-rector for Research,
Dr. Sci. (Culturology), PhD (Arts),
Professor, Head of Department
of Musical Management
E-mail: a.v.krilova@rambler.ru
Rostovskaya gosudarstvennaya konservatoriya
im. S. V. Rakhmaninova
Rostov State S. V. Rachmaninoff Conservatory
Rostov-on-Don 344002, Russian Federation

