ТЕХНОЛОГІЇ АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В ПІДГОТОВЦІ ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

Бао Чень
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди,
м. Харків, Україна

У статті обґрунтовано важливість набуття майбутніми вчителями музики компетентностей у галузі арт-менеджменту, маркетингу, реклами, економічного управління творчими процесами. Визначено шляхи набуття таких компетентностей у процесі фахової підготовки. Схарактеризовано технології арт-менеджменту як дієвий механізм формування в майбутніх учителів музики здатності передбачати, планувати, організовувати, мотивувати, координувати і контролювати творчі процеси.

Ключові слова: *учителі музики, фахова підготовка, технології, арт-менеджмент.*

The article reveals the importance of future music teachers acquiring competencies in the field of art management, marketing, advertising, economic management of creative processes. The ways of acquiring such competences in the process of professional training have been determined. The technology of art management is characterized as an effective mechanism of formation future music teacher's ability to predict, plan, organize, motivate, coordinate and control creative processes.

Keywords: *music teachers, professional technology training, art management.*

Сучасна соціокультурна ситуація в суспільстві, що характеризується ускладненням інформаційного простору, домінуванням візуальної культури у сфері комунікації, бурхливим розвитком індустрії розваг, становленням арт-ринку та системи арт-менеджменту, включенням дітей та молоді в спілкування в соціальних мережах з домінантою на культурно-видовищну сферу, появою нових форм художньо-творчої комунікації (флеш-моб, перфоменс та ін.), зумовлює розширення функцій і видів діяльності вчителя музики в закладах загальної середньої освіти різних типів. Такий учитель має поєднувати в собі ролі педагога, керівника музичного дитячого колективу, виконавця-музиканта, аналітика, стратега, маркетолога, промоутера, фандрайзинолога, підприємця тощо, досконало володіти не лише музичним мистецтвом, але й допомагати іншим усвідомлювати ціннісно-смисловий зміст того чи іншого музичного твору, ефективно організовувати діяльність колективу, власну діяльність і діяльність окремого виконавця. Йому мають бути притаманні знання, уміння, навички, інші компетентності

в галузі арт-менеджменту, маркетингу, реклами, економічного управління творчими процесами, які необхідні для ефективної організації музичної, художньо-видовищної, ігрової діяльності, організації й забезпечення участі дітей та молоді в театралізованих дійствах, концертах флеш-мобах, фольклорних святах, подієвих акціях задля створення своєрідного культурного простору, виховання в молодого покоління духовності, естетичного смаку, ціннісних орієнтирів, здатності до творчого самовираження, виробництва нових культурних символів, знаків, смислів і цінностей.

Мета статті — проаналізувати шляхи набуття майбутніми вчителями музики компетентностей у галузі арт-менеджменту як запоруки успішного супроводу та здійснення творчих процесів.

В майбутніх учителів музики необхідно формувати низку загальних і спеціальних компетентностей на етапі фахової підготовки в закладах вищої педагогічної освіти. Серед загальних компетентностей домінантними постають такі:

- комунікативні або соціальні навички, які зумовлюють успішну взаємодію з іншими: ділове спілкування, вміння виступати перед публікою, грамотна письмова й усна мова, комунікабельність, емоційний інтелект (вміння розпізнавати емоції та мотиви співрозмовника), уміння слухати, ведення переговорів і проведення презентацій, командна робота, гнучкість мислення й адекватне ставлення до критики;
- лідерські компетенції, які відповідають за раціональне використання ресурсів для досягнення поставлених цілей: делегування та розподіл завдань, уміння приймати рішення, навички кризового менеджменту, наставництво та моніторинг, вміння вирішувати конфліктні ситуації, навички побудови команди, стратегії лідерства, сила переконання
- інтелектуальні навички, які зумовлюють перманентний професійний розвиток: аналітичний склад розуму, розвинута пам’ять, креативність і логіка, творчі підходи, критичне мислення, вміння працювати з інформацією, проєктне та дизайн-мислення;
- селф-менеджмент і вольові компетенції, що впливають на досягнення кар’єрних і бізнес-цілей: орієнтованість на результат, тайм-менеджмент, стресостійкість, ініціативність, управління знаннями та здатність до швидкого навчання, вміння планувати, гнучкість і адаптивність, самомотивація [1].

Названі компетентності поглиблюють і доповнюють спеціальні, якот: здатність виконувати діяльність, пов’язану з організацією і проведенням творчих заходів; здатність розробляти і реалізовувати культурно-просвітницькі програми; здатність здійснювати рекламну діяльність стосовно авторів і виконавців музичних і музично-театральних творів, творчих акцій; здатність готувати рекламні і промоматеріали, розміщувати їх у ЗМІ;

здатність здійснювати роботу з підготовки і розгляду авторських заявок, укладання угод, забезпечення контролю за виконанням договірних зобов'язань; здатність виконувати функції консультанта, керівника структурного підрозділу в органах управління освіти і культури, в організаціях сфери культури і мистецтва, в творчих колективах [2].

Цьому сприяє перегляд і оновлення освітньо-професійних програм в закладах вищої педагогічної освіти зі спеціальності 014 Середня освіта (Музичне мистецтво) на першому (бакалаврському) і другому (магістерському) рівнях вищої освіти шляхом запровадження нормативних і вибіркових освітніх компонент на кшталт «Арт-менеджмент у сфері музичної культури», «Арт-індустрія», використання в освітньому процесі технологій арт-менеджменту.

Зазначимо, що арт-менеджмент в наукових джерелах позиціонується як вид багатофункціональної управлінської діяльності у сфері мистецтва. Він охоплює розробку стратегій організації та просування мистецтва, управління проєктами й безпосередньо творчими процесами у сфері художньої культури та мистецтва.

Діяльність фахівця з арт-менеджменту у галузі музичного мистецтва передбачає: роботу над музичним твором; пошук високохудожнього репертуару, доступного для виконавців і слухачів; формування творчого мікроклімату в музичному колективі; розкриття творчого потенціалу, іміджу як окремого музиканта, так і колективу в цілому; пропаганду музичної продукції і послуг, промоуторство, фандрайзинг, спонсорство, меценацтво [3].

Таким чином, учитель музики, котрий оволодів технологіями арт-менеджменту, — це мобільна, динамічна особистість, здатна передбачати, планувати, організовувати, мотивувати, координувати і контролювати творчі процеси: проєктувати, організовувати, режисерувати івент-заходи, здійснювати піар-рекламу, консультування і методичний супровід мистецьких івентів, мотивувати учнів до участі у мистецьких проєктах. Все це підвищує його конкурентоздатність та затребуваність на сучасному ринку праці.

Список використаних джерел

1. Пастушенко Л. А. Педагогічна технологія розвитку професійної компетентності майбутніх учителів музичного мистецтва у вищих мистецьких навчальних закладах : дис. … канд. пед. наук : 13.00.04. Рівненський держ. гуманітарний ун-т. Рівне, 2017. 244 с.
2. Синевич І. С. Педагогічні умови формування квазіпрофесійного досвіду майбутніх учителів музичного мистецтва у закладі вищої освіти : дис. … д-ра філос. : 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями). Мукачівський держ. ун-т, Мукачево, 2020. 308 с.
3. Татарнікова А. А. Технології арт-менеджмену та їх роль у модернізації професійної підготовки кадрів для сфери культури й мистецтва. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 6 (50). С. 381–388.