

ХРОНИКА

ХII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

В июне 2013 г. в г. Богота (Колумбия) на базе факультета управления Андского университета (Universidad de los Andes) прошла очередная конференция по менеджменту в сфере культуры и искусства. Хотя по счету это уже XII конференция Международной ассоциации менеджмента в области искусства и культуры (The International Association of Arts and Cultural Management — AIMAC), она впервые была организована за пределами Западной Европы и Северной Америки. Подобные конференции проводятся один раз в два года начиная с 1991 г. (первая конференция состоялась в Монреале, Канада). AIMAC является сетевым объединением исследователей менеджмента в области культуры и искусства и выпускает журнал *International Journal of Arts Management*, публикующий, как это не раз подчеркивалось на конференции, главным образом статьи, написанные на основе докладов, которые представляются на конференциях Ассоциации.

Конференция проходила в течение четырех дней, первый из которых был посвящен семинару исследователей, готовящих диссертации на соискание степени Ph. D. по арт-менеджменту, а последующие — рассмотрению более 100 докладов.¹

¹ Полную академическую программу конференции можно найти по адресу: <http://aimac2013.uniandes.edu.co/cms/wp-content/uploads/Academic-Program-AIMAC.pdf>.

У конференции есть свои традиции. Так, в ее программе полностью отсутствуют пленарные доклады; работа целиком идет в тематических секциях. Вероятно, это объясняется тем, что руководство Ассоциации довольно широко трактует понятие «культура». Свидетельством тому является, например, доклад «Секретный ингредиент: когда территориальная идентичность гарантирует успех местным альянсам», в котором речь шла о двух кейсах успешных альянсов производителей традиционных вин и продуктов питания в Италии. В результате тематика конференции распадается на множество узких направлений, на каждое из которых выделяется по 90 минут. Обычно за это время презентуются три доклада: по 20 минут отводится на само сообщение и по 10 — на обсуждение доклада. Следует заметить, что ведущие секций строго следят за соблюдением регламента, что важно, поскольку многие участники интересуются докладами из разных секций, поэтому следование регламенту позволяет приходить в аудиторию строго к началу интересующего вас доклада.

В целом нужно отметить, что организация (логистика, атмосфера, качество раздаточных материалов, работа студентов-волонтеров) на рассматриваемой конференции заслуживает самой высокой оценки. В то же время очевидны и «традиции», не вызывающие особого восторга.

Определенное раздражение на конференции вызывала атмосфера политкорректности,

что, на наш взгляд, совершенно неуместно при проведении действительно научных дискуссий. Что бы ни докладывалось, все оценивалось терминами «замечательно» и «очень интересно». При этом у подавляющего большинства участников часто не возникало желания осмыслить хотя бы название доклада. Приведу пример. Один из докладов, привлёкших внимание, назывался “Do managerial competences enable architects to better succeeding in managing their practices?”². В этом названии уже содержится ответ на вопрос, представляющий тему «исследования». Практически очевидно, что наличие компетенций определяется способностью людей успешно выполнять определенные действия. Если архитектор плохо справляется с управлением своими проектами, то у него просто нет менеджерских компетенций. О чем здесь рассуждать? В качестве эксперимента я попросил внимательно подумать над этим названием пятерых участников конференции, представлявших Великобританию, Новую Зеландию, США, Канаду и Колумбию. Забавно, но реакция у всех была одинаковой: что же здесь исследовать? Однако она возникла только после моей настойчивой просьбы внимательно отнестись к названию доклада. Британский коллега после этого с истинно британским юмором заметил, что перед завтрашним выступлением ему надо повнимательнее подумать над названием собственного доклада, чтобы проверить, не содержит ли оно какую-нибудь нелепость.

Пример не критического использования современных концепций менеджмента был представлен в докладе американского исследователя на тему “The knowledge-centric arts organization: practices, measures, impact” («Знание-центричные организации в области искусства: практики, средства, воздействие»). Поскольку обычно знания противопоставляются эмоциям и интуиции, гос-

подствующим в искусстве, название доклада настолько провокационно, что пропустить выступление было просто невозможно. Каково же было мое удивление, когда оказалось, что авторы изучали практику танцевальных коллективов в Филадельфии. Хотя все, что говорил докладчик об обществе знания, в котором мы живем, не вызывало сомнения и свидетельствовало о его эрудиции в этой области, понять, как помещение знаний в центр деятельности танцевального коллектива может обеспечить ему успех, мне не удалось. Поэтому в дискуссии я задал об этом прямой вопрос. Ответ поразил меня интеллектуальным формализмом: раз организация существует в обществе знания, она не может успешно конкурировать, если не ставит знания во главу угла. Итак, молимся новому богу — знанию, отключая при этом сознание. Поразительно, но буквально никого из присутствовавших в аудитории (а их было больше сотни) ответ докладчика не смутил.

Однако мне бы ни в коем случае не хотелось создать впечатление, что рассматриваемая конференция представляла собой совокупность казусов. На ней рассматривались и вполне осмысленные вопросы менеджмента организаций культуры и искусства. Перечислим основные направления исследований.

Стратегический менеджмент в учреждениях культуры. Здесь, в частности, обсуждались проблемы формирования новых моделей бизнеса в связи с развитием Интернета. Интересный доклад представили авторы из Центра исследования менеджмента парижской Ecole Polytechnique, в котором были проанализированы свежие данные о соотношении печатных и цифровых средств массовой информации во Франции. Они пришли к выводу, что успех цифровых СМИ определяется тремя основными факторами: средствами доставки информации, способом монетизации информационной услуги и уровнем интерактивности последней. В нескольких докладах рассматривался вопрос об оптимальном управлении дефицитными ресурсами, необходимыми для функционирования институтов культуры — от финансов до кас-

² «Помогают ли менеджерские компетенции архитекторам в обеспечении успеха их практики?» Название специально приведено и на английском языке, чтобы не было сомнения в правильности его перевода. Замечу, что авторами доклада были представители Школы менеджмента Университета Боккони.

тинга. К этой же области можно отнести и доклады о проблемах управления объектами исторического наследия. Интересный доклад был сделан об опыте Арекипа — второго по величине города Перу, славящегося своими историческими памятниками, — по применению стейкхолдерского подхода в менеджменте одного из городов всемирного наследия (World Heritage Sites). Несколько интересных докладов сделали колумбийские исследователи. Участники конференции узнали о роли Центрального банка Колумбии в сохранении и развитии культурных традиций страны. Банку Колумбии, в частности, принадлежит самый популярный музей Боготы — Музей золота — и замечательная картинная галерея с богатой коллекцией самого известного колумбийского художника наших дней Фернандо Ботеро³. Весьма любопытным был доклад о формировании кластеров в сфере культуры в третьем по величине городе Колумбии — Кали, интенсивно развивающемся в последнее время.

Маркетинг и управление брендами в сфере культуры и искусства. Этот раздел конференции был самым представительным по числу докладов. О его проблематике можно судить по названию некоторых докладов: «Социальный маркетинг исторического наследия города», «Продвижение книг через Интернет как демократизация доступа авторов романов к адресному читателю», «Качество звезд: влияние известности артистов на кастинг в театрах Лондона», «Брендинг в организациях культуры и творческих организациях». В целом исследования в этой области указывают на стремление их авторов найти способы приближения функционирования учреждений культуры и искусства к приемам и практикам, принятым в бизнесе. Естественно, были представлены и доклады, касавшиеся спонсорства и меценатства в индустрии культуры.

Управление талантами и творческим процессом. Это направление исследований было так же широко представлено на кон-

ференции. Важной проблемой, судя по числу докладов, считается проблема лидерства в творческих коллективах. Однако большинство докладов конференции на эту тему носило описательный характер, в них отсутствовали какие-либо обобщения. Интересным представляется доклад, посвященный преемственности художественных руководителей творческих организаций и идентичности последних, с которым выступил представитель Школы бизнеса HEC Montreal. В нем на основе изучения четырех организаций Квебека сделана попытка сформировать типологию преемственности. Существенным вкладом в изучение гендерных проблем в культуре и искусстве может рассматриваться доклад исследователей из Университета Боккони (Италия), посвященный анализу скорости продвижения новых имен на одной из ведущих ярмарок произведений искусства в Базеле. Авторы приходят к выводу, что для «закрепления» в элите современного изобразительного искусства женщинам нужно добиваться признания вдвое быстрее, чем мужчинам. Очень полезным представляется доклад исследователя из Восточного технологического института (Eastern Institute of Technology) Новой Зеландии о роли художника-индивидуума в проблематике арт-менеджмента. На основе обзора публикаций и анализа учебных планов университетов автор приходит к выводу о том, что основной фокус в исследованиях арт-менеджмента делается на организационных аспектах, в то время как индивидуум играет все большую роль в реальных процессах, связанных с культурой и искусством. В связи с этим автор задает вопрос: не пора ли исследователям сменить фокус?

Политика и сетевые взаимодействия в области культуры. К этой теме относились такие доклады, как «Современное искусство бросает вызов закону об авторских правах», «Музеи и социальная включенность», «Государственная политика в отношении ремесел в Мексике» и пр. В ряде докладов рассматривались различные стороны сетевых взаимодействий в области искусства и культуры, в том числе эффекты, связанные с распространением Интернета.

³ Музей золота и галерею Ботеро участники посетили в рамках культурной программы конференции.

В целом конференция произвела впечатление весьма неоднородного мероприятия. Как уже отмечалось, наряду с весьма интересными докладами встречались и откровенно слабые. Представляется, что, хотя область арт-менеджмента формально существует уже более двадцати лет, она все еще находится

в стадии становления. Несомненно, что российские исследователи менеджмента, основываясь на богатых культурных традициях нашей страны, могут внести значительный вклад в развитие арт-менеджмента.

Следующая конференция АИМАС состоится в 2015 г. во Франции.

С. Р. Филонович
НИУ «Высшая школа экономики»