

### **Список використаних джерел:**

1. Буняк Н.М. Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства / Н.М. Буняк // Економіка і суспільство. – 2018. – № 14. – С. 278–282.
2. Вронский А.И. Как управлять своим временем / А.И. Вронский. – Ростов н/Д.: Феникс, 2007. – 224 с.
3. Євтушевська О. Тайм-менеджмент як вияв світогляду сучасної людини / З.О. Євтушевська // Економіка. – 2017. – № 3(192). – С. 15–18.
4. Захаренко Г. Тайм-менеджмент / Г. Захаренко. – Питер: СПб., 2004. – 128 с.
5. Калинин С.И. Тайм-менеджмент: Практикум по управлению временем / С.И. Калинин. – СПб.: Речь, 2006. – 371 с.
6. Костенко Л. Здається, часу і не гаю / Ліна Костенко. – Режим доступу: <https://dovidka.biz.ua/zdayetsya-chasu-i-ne-gayu-lina-kostenko/>
7. Прентис С. Интегрированный тайм-менеджмент / С. Прентис. – М.: Добрая книга, 2007. – 145 с.
8. Тайм-менеджмент, або мистецтво управління часом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vseosvita.ua/library/tajm-menedzment-abo-mistectvo-upravlinna-casom-42519.html>
9. Тайм-менеджмент – наука сучасності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://womanonly.ru/psihologija\\_i\\_karera/psihologija/tajm-menedzhment\\_nauka\\_sovremennosti](http://womanonly.ru/psihologija_i_karera/psihologija/tajm-menedzhment_nauka_sovremennosti)
10. Трейси Брайан. Результативный тайм-менеджмент: эффективная методика управлением собственным временем / Брайан Трейси; [пер. з англ. А. Євтеєва]. – М. : СмартБук, 2007. – 79 с.

**Пахомов В.М.**

*кандидат філологічних наук, доцент;*

**Шевадуцька Л.Г.**

*здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

## **ДО ПРОБЛЕМ І ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕНЕДЖМЕНТУ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОЇ СФЕРИ**

Сфера культури стоїть на одному щаблі з сферами економіки та політики. Однак, в Україні складається ситуація, коли культуру переміщують на задній план або взагалі прибирають з переліку важливих аспектів діяльності суспільства.

Культура та мистецтво передбачають не тільки розваги. Це також й збереження спадщини предків і представлення України на світовій арені.

Саме через культуру ми можемо ознайомитися з нацією, бо культуромистецька сфера – ідентифікатор народу. Україна потребує фахівців інтелектуально– та професійно-компетентних щодо сфери культури й мистецтва. Працівникам культурно-мистецької сфери також потрібно звернути увагу на такі особисті риси характеру як толерантність та прийняття не тільки своєї культури як єдиної істинної.

Сьогодні культурно-мистецька сфера все частіше набуває комерційного характеру, тобто її продають як товар. Однак, варто не забувати, що, першочергово, вона повинна виконувати функцію збереження спадщини та представлення народу в світі [6, с. 127].

Культурно-мистецька сфера функціонує через діяльність суб'єктів сфери, які діють з метою досягнення певних цілей системи управління. Цілі можуть бути найрізноманітніші: від впровадження програмно-цільового методу управління до введення інновацій [4]. Суб'єктами можуть виступати не тільки офіційні інституції чи митці. Кожна людина може стати суб'єктом культурно-мистецької сфери. Це стало особливо актуальним у XXI столітті, коли розпочався стрімкий ріст сучасних інформаційних технологій, зокрема технологій соціальних мереж. Вони дали людям можливість ділитися своєю творчістю.

Особливостями менеджменту культурно-мистецької сфери є:

1. Переосмислення проблем, що пов'язані з культурноцентричністю основних цінностей певного народу щодо інших культур світу.
2. Культура опосередковано впливає на поведінку людей.
3. Принципи ведення менеджменту в усьому світі схожі, але вони все ж відрізняються через різноманіття соціально-культурного середовища.
4. Менеджмент культурно-мистецької сфери забезпечує успішне функціонування різних соціальних інститутів [4].

У порівнянні із країнами Європи, в Україні мало пропозицій для менеджера спеціальних подій у культурній сфері (за кордоном цю посаду називають «івент-менеджер»), яка передбачає вміння організовувати різноманітні заходи (концерти, презентації, свята, конференції, фестивалі, церемонії тощо), чи менеджера шоу-бізнесу, який також займається організацією масових заходів, однак до його обов'язків ще входять аналіз культурно-мистецької сфери, продюсування і власне творчий процес, наприклад, постпромоушен [2, с. 18].

Україна має значний культурний спадок, який потрібно вміти зберегти. На нині в Україні найкраще розвинена музично-пісенна сфера як представлення особливостей народу. Прикладом організації

масштабних культурних подій було проведення у 2017 році Євробачення. Україна гідно все організувала, попри окремі неприємні моменти. Євробачення в Україні привернуло увагу великої кількості туристів не тільки з усієї Європи, але й з усього світу. Побачити українських колорит можна було навіть у маленьких деталях:

– промо, у яких були показані українські міста, а також декілька поколінь українців у національних костюмах з усіх регіонів країни;

– номери, які стали початком кожного шоу. Наприклад, відкриття другого півфіналу представило найвідоміші пісні Євробачення, але перероблені в українському стилі. Були задіяні українські народні музичні інструменти, костюми, манера виконання пісень, народні танці тощо;

– виступи окремих виконавців поєднували сучасне та народне мистецтво. Наприклад, виступ електронного музичного гурту ONUKA та оркестру NAONI, які змогли поєднати звучання народних інструментів та сучасного електро.

Організація такої масштабної події безперечно потребує великих затрат. До того ж, сфера мистецтва у своїй більшості є некомерційною, тобто кошти у цій сфері з'являються не на основі залучених організаторами коштів, а на основі допомоги різних інституцій: державних установ, спонсорів, благодійних організацій [6, с. 128]. До прикладу, згідно з офіційним звітом телеканалу «UA: Перший», який виступав мовником-організатором Євробачення 2017, на конкурс було виділено чималу суму коштів: 455,7 мільйонів гривень з державного бюджету та 200 мільйонів гривень з бюджету Києва як міста-господаря [5]. Також передбачався дохід від спонсорських та рекламних надходжень. Залучених коштів вистачило, щоб гідно представити Україну як організатора. Також були складнощі, що не пов'язані з фінансовою стороною. Це, насамперед, вибір міста, яке могло забезпечити концертне приміщення для великої кількості людей. Загалом, за звання міста-господаря змагалося 6 міст, з яких визначили 3 фіналістів (Київ, Одеса та Дніпро) [3].

Головною сценою конкурсу став Міжнародний Виставковий Центр (МВЦ). Саме тут виникла одна з найбільших проблем, адже це було величезне порожнє приміщення. Як зазначив Павло Грицак (виконавчий продюсер Євробачення України): «Суттєва частина витрат пішла на заповнення МВЦ забудову інфраструктури, тому що це була фактично пуста коробка. Це дало багато можливостей для творчих реалізацій і

виробничих питань, але вимагало більших витрат» [1]. Також складність полягала у монтажі сцени, адже її вага складала 30 тонн, а майданчик для виступу конкурсантів мав площу 350 квадратних метрів (висота – 14 метрів, ширина – 70 метрів, глибина – 28 метрів). Також особливістю цієї сцени були незалежні рухомі конструкції-компоненти, які могли змінювати свої розташування та позицію. Це дозволило змінювати геометрію сцени для передачі унікальності номерів кожного з учасників Євробачення.

Варто зазначити, що на монтажі сцени та виборі декорацій підготовка не завершується. Без сумніву, це велика частина роботи, яку повинен організувати менеджер культурно-мистецької сфери, але також йому потрібно звернути увагу на такі аспекти:

1. Обрання компанії, яка буде займатиметься дизайном події, тобто розробкою не тільки сценою, але й створенням логотипу, мерчу, рекламними продуктами. Наприклад, логотипом Євробачення 2017 стало стилізоване намисто, у якому поєднувалися неповторні українські елементи. Логотип супроводжувався гаслом «Celebrate diversity» («Шануймо розмаїття»).

2. Проведення перемовини з компаніями, які є власниками соцмереж. Це допоможе швидше поширювати рекламу. У соціальних мережах є окремі рекламні оголошення, які бачать усі, незалежно від того слідує людина за сторінкою чи ні. Наприклад, спільними зусиллями творчих команд з Євробачення та Twitter було створено три емоджі, які супроводжували хештеги у цій соцмережі протягом всього конкурсу.

3. Обрання офіційного туристичного оператора, адже потрібно виділити місце, де розмістити не тільки делегації країн, але й щоб для туристів місце було вдосталь. Наприклад, в Україні під час конкурсу офіційним представником була туристична компанія Pilot.ua.

4. Організація волонтерської підтримки. Наприклад, на Євробаченні 2017 волонтери працювали з учасниками, пресою, іноземною делегацією й гостями міжнародного пісенного конкурсу. Також волонтери допомагали у телевізійному виробництві, на бекстейджі та фан-зонах. Так, за першу добу Eurovision Volunteers' Family отримала 1500 анкет-заяв на волонтерство.

5. Організація концертної програми. Це є чи найголовнішою роботою, адже заради шоу прийдуть глядачі. Наприклад, перед шоу-продюсером було поставлено завдання скласти шоу-програму трьох днів (два півфінали та гранд-фінал). До цього завдання входили відбір

ведучих, розробка ідей, для того, щоб заповнити ефір під час інтервал-актів (перерви між виступами), розробка посткардів (невеличких роликів-візитівок, які представляли кожного учасника), формування переліку спеціальних гостей (виконавці, які відкривали кожне шоу або виступали в інтервал-актах. На Євробаченні в Україні такими виконавцями стали Джамала, Руслана, Монатік, ONUKA та Верка Сердючка) тощо [5]. Цей перелік завдань не є повним, адже потрібно звернути увагу на велику кількість факторів, а також придумати дії на випадок надзвичайних ситуацій. Безперечно, такі знання набуваються з досвідом, адже ця професія є більше практичною, аніж теоретичною. Спочатку потрібно дати людям належне підґрунтя із знань.

Окрім того, до розвитку менеджменту мистецько-культурної сфери залучаються й ентузіасти та меценати місцевого рівня. Прикладом такої участі може бути видання за останні п'ять років десяти книжок про селище Обертин Тлумацького району Івано-Франківської області [7, с. 276].

#### **Список використаних джерел:**

1. Євробачення-2017. Підсумки роботи над організацією і проведенням міжнародного пісенного конкурсу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua>
2. Карась Г.В. Актуальність вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент культури і мистецтва» на музичних факультетах вищих навчальних закладів / Г.В. Карась // International Scientific and Practical Conference «WORLD SCIENCE». – Варшава, 2017. – № 9(25). – С. 16-20.
3. Організатори Євробачення-2017 показали журналістам головну арену конкурсу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://1tv.com.ua/news/channel/89566>
4. Особливості менеджменту соціально-культурної сфери [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5044390/>
5. Підготовка до Євробачення-2017. Звіт за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://1tv.com.ua/news/channel/86079>
6. Стрітьєвич Т.М. Менеджмент у мистецтві як складова підготовки фахівців з образотворчого мистецтва / Т.М. Стрітьєвич // Збірник наукових праць. Педагогічні науки. – Херсон, 2016. – Випуск LXXII. – С. 205–212.
7. Яцик С.О. Обертин у постатях / С.О. Яцик, Р.А. Яцик; за ред. О.М. Стефанівської. – Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2018. – 281 с.