

Цитування:

Тадля О. М. Технологія створення мистецького проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 233-239.

Тадля Олександр Миколайович,
голова правління громадської організації
Мистецький центр «Тріумф», м. Київ
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2576-8599>
tadlya@ukr.net

Tadlia O. (2021). The technology of creating an art project in the activities of the manager sociocultural sphere. *Kultura i suchasnist : almanakh*, 1, 233-239 [in Ukrainian].

ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ МИСТЕЦЬКОГО ПРОЄКТУ В ДІЯЛЬНОСТІ МЕНЕДЖЕРА СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

Мета дослідження: виявити та проаналізувати технологію створення мистецького проєкту як стратегічного інструменту, який може забезпечити ефективний процес реалізації діяльності менеджера соціокультурної сфери. **Методологічною** основою дослідження є діалектичний принцип пізнання, системний підхід та найважливіші положення теорії та практики управління. Використовуються загальнонаукові та міждисциплінарні методи дослідження, зокрема, абстрактно-логічний, моделюючий та соціокультурний. **Наукова новизна** полягає у виявленні характерних рис мистецького проєкту, що відрізняють його від інших проявів художньо-творчої діяльності; здійснено аналіз структурних компонентів наукової категорії «мистецький проєкт»; охарактеровано соціокультурний простір як середовище для реалізації художньо-творчого проєкту; узагальнено технології створення мистецького проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери. **Висновки.** Визначаючи проблемний напрям дослідження, ми зупинились на технології створення мистецького проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери, особливостями якого є: по-перше, мистецький проєкт як організаційний компонент, що дозволяє систематизувати практичні дії фахівців; по-друге, управління мистецьким проєктом означає специфічну системну форму регулювання організаційних процесів; по-третє, обґрунтування вищезазначених компонентів здійснюється з урахуванням спрямованості мистецького проєкту, технологій створення та професійних компетенцій менеджера в соціокультурному середовищі.

Ключові слова: проєкт, технології, мистецький проєкт, управлінські технології, управління соціокультурною сферою.

Tadlia Olesandr, Chairman of the Board of the public organization Art Center «Triumph», Kyiv

The technology of creating an art project in the activities of the manager sociocultural sphere

The purpose of the study is to identify and analyze the technology of creating an art project as a strategic tool that can provide an effective process of implementing the activities of the manager of the socio-cultural sphere. **Methodology** of the study is the principles of dialectics, systemic, socio-cultural, and historical approaches, fundamental provisions of the theory of culture. The general scientific and interdisciplinary research methods are used: analysis and synthesis, induction and deduction, comparison. **The scientific novelty** of the obtained results is to identify the characteristic features of urban music culture that distinguish it from other manifestations of musical culture; providing characteristics of the cultural space of the city as an environment for the realization of urban musical culture; determining the place of the script approach in the life of the representatives of urban music culture. **Conclusion.** Urban music culture is a complex and multi-vector phenomenon that characterizes the realization of music culture in the form of creating, performing, and listening to music in an urban environment. It demonstrates the attitude of members of the urban community to music and its role in the life and evolution of the urban social and cultural environment demonstrates a public interest in its manifestations through a desire to listen to music, to make music, or to produce works that are well-received by the urban society. The realization of the city's musical culture, its embodiment occurs by performing its basic functions, among which the most important are: axiological, cognitive, educational, communicative, semiotic, relaxation.

Key words: city culture, musical culture, urban musical culture, cultural space.

Актуальність теми дослідження. В соціокультурній сфері мистецький проєкт як особлива організаційна складова дозволяє систематизувати компетентні дії фахівців, підтримувати взаємовідносини різноманітних структур, організацій, залучати ресурси, виступати ефективною сучасною моделлю управління. Під управлінням мистецькими проєктами розуміється організаційна діяльність, спрямована на розробку певних етапів, які сприяють ефективному вирішенню завдань, будучи засобом безпосередньої взаємодії, ресурсним потенціалом та в умовах певних часових рамок специфічною системною формою регулювання культурних і мистецьких процесів. Зважаючи на те, що специфічна особливість управління мистецькими проєктами в діяльності менеджера, пов'язана з аналізом, задумом і втіленням різноманітних заходів, на цей аспект мають здатність впливати технології, які дають відповіді на сучасні потреби соціокультурної сфери.

Таким чином, у визначенні проблемного напрямку дослідження варто зосередити свою увагу на технології створення мистецького проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери.

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасний менеджер соціокультурної сфери постійно працює у середовищі, де сам стає суб'єктом діяльності. Проблема технології створення проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери, заслуговує конструктивної уваги. Вирішення проблемних питань, пов'язаних з функціонуванням і розвитком управлінських процесів в сфері культури і мистецтва, розробкою та апробацією технологій соціокультурного менеджменту, присвячені наступні наукові роботи: К. Давидовський (2013) формулює параметри мистецького проєкту і виокремлює навчальні та позанавчальні мистецькі проєкти освітніх закладів; Н. Івановська, В. Шульгіна, О. Яковлев (2018) розкривають теорію та практику соціокультурного проєктування в мистецтві; Я. Мартинишин, О. Костюченко (2018) зазначають проєктний менеджмент як стратегічний інструмент розвитку соціокультурної сфери; Г. Новікова (2010) аналізує проєктні технології соціально-культурної діяльності; С. Оборська (2018) акцентує на сучасні проблематиці подієвого менеджменту мистецьких проєктів; Л. Обух (2018) виокремлює та осмислює теоретичні та

практичні аспекти проєктування в галузі академічного музичного мистецтва; М. Поплавський (2019) охарактеризовує феномен проєктної діяльності «crossover point» і його поширення в сучасній мистецькій практиці. Відзначаючи вагомість наукових досліджень цих вчених, потрібно наголосити, у зазначеній проблемі потребує подальшого дослідження діяльність, що дозволяє доповнити сам характер практичної роботи, виявляти та сформувати компетентні дії менеджера соціокультурної сфери в управлінні мистецькими проєктами. Зокрема це стосується передумов виокремлення технологій і особливостей створення мистецького проєкту, з'ясування окремих етапів та форм діяльності в соціокультурній сфері. Таким чином, виявлені невирішені проблеми дають нам змогу сформулювати мету нашої роботи.

Мета дослідження. Визначити і проаналізувати технології створення мистецького проєкту як своєрідного стратегічного засобу, здатного забезпечити реалізацію та ефективно втілення соціокультурних проєктів в діяльності менеджера соціокультурної сфери.

Виклад основного матеріалу. В діяльності соціокультурних організацій поширення набули форми культурної діяльності – «мистецькі проєкти». Вони виникають і як самостійний напрям і як творчий задум, виражений в конкретній структурній художній формі. При їх розробці та реалізації широко застосовується поняття «проєкт», «творчий проєкт», «культурно-мистецький проєкт», «соціокультурний проєкт». Поняття «проєкт» ще характеризують як схему, план, задум, влаштування, заснування будь-чого – тобто, прообраз будь-якого об'єкта, чи виду діяльності. Відповідно до Міжнародного британського стандарту BS 6079-1:2000 термін «проєкт» визначається як «унікальна сукупність скоординованих дій (робіт) з певним початком та закінченням, що здійснюється певною особою або підприємством для досягнення мети у завчасно визначені терміни, витрати та параметри виконання» [2, 4]. За визначенням англійської асоціації проєкт-менеджерів, проєкт – це «окреме підприємство з визначеними цілями, які враховують вимоги до часу, вартості та якості результатів, що досягаються» [1, 12]. Р. Арчибальд (2004) визначає проєкт як «комплекс зусиль, які здійснюються з метою одержання визначених унікальних результатів

в межах відведеного часу і в рамках узгодженого бюджету, що виділяється на фінансування ресурсів, які використовуються під час реалізації проекту» [3, 18]. Я. Мартинишин, О. Костюченко формулюють свою думку, щодо зазначеної проблеми наступним чином: «проект є комплексом взаємопов'язаних цілеспрямованих, послідовно орієнтованих у часі заходів зі створення різного роду продукту діяльності, в умовах обмеженості ресурсів (фінансових, трудових і матеріальних) і заданості термінів їх початку і завершення; є засобом збереження або відтворення соціальних явищ та культурних феноменів, відповідних (як кількісно, так і якісно) сформованим нормам» [6, 87].

Таким чином, з наведених вище визначень можна зробити висновок, що спільними ознаками для всіх проєктів є: направленість на досягнення конкретних цілей; скоординоване виконання певних узгоджених дій; обмеження за часом і ресурсами; унікальність ідеї та реалізації задуму, що здійснюється певною особою, організацією чи підприємством. Проєкт сьогодні розглядається як задум, план, як складова частина, система координат, модель та засіб реалізації розробленої концепції і є обов'язковим компонентом в професійній діяльності творчої команди менеджера соціокультурної сфери.

У задумі соціокультурного проєкту чітко простежується як загальний сенс існування – тема, ідея, зміст, форма, так і окремі складові драматургії – дійові особи, події, конфлікт, логічність побудови, образність. Задум несе в собі логіку проєкту, – театралізованої вистави, майбутнього естрадного шоу, видовища, масового свята, концертної програми та інших художніх та творчих соціокультурних подій. Підкреслюючи значення задуму в технологічному процесі створення проєкту, ми не можемо обійти його концептуальну основу – ідею проєкту. Постановка проблеми, визначає коло питань, оскільки проєкт не створюється абстрактно, а розрахований на конкретну цільову аудиторію і припускає, вивчення її соціокультурних запитів та інтересів. Тема і ідея складають ідейно-тематичний план проєкту. Цей план є основою, яка об'єднує задум проєкту в єдине ціле, уточнюючи тему і ідею, ми його конкретизуємо та посилюємо враження від його сприйняття.

За визначенням М. Поплавського, термін «проект» у контексті мистецької практики розуміється не лише як результат оригінального плану, а як унікальна сукупність скоординованих дій, спрямованих на досягнення конкретної культуротворчої, естетико-художньої мети [10, 253]. Виходячи з теми, ідеї та мети, наступні важливі конструктивні елементи проєкту – відбір змісту і вибір форми. Різноманіття драматургічних форм проєктів соціокультурної діяльності (розмовні Stand Up, театралізовані вистави, шоу-програми, гала-концерти, видовища та ін.) диктують свої закони при відборі відповідного обраної форми та змісту. Пошук і знаходження сюжету або сюжетного ходу, конфлікту, основних подій і дії пропонує наступну складову проєкту – його композиційну побудову.

Таким чином, композиція організовує форму проєкту, не просто поєднує номери, епізоди, блоки, але і вимагає такого їх розташування, яке дозволить виразити головну ідею та тему мистецького проєкту.

К. Давидовський зазначаючи семантику поняття «мистецький проєкт» визначає ряд параметрів і особливостей: народження нового прогресивного мистецького задуму; наявність сприятливих умов для впровадження нових мистецьких ініціатив; створення прецеденту історичного «ексцесу» – оприлюднення раніше невідомого, проте значного факту, здатного зацікавити культурно-мистецьке середовище, або народження принципово нової, актуальної та сучасної концепції культурного заходу; наявність лідера мистецького проєкту; визначення чіткої (саме мистецького спрямування) мети і завдань проєкту; визначення (вибір) певного часу для проведення заходу, що повторюється періодично й зумовлений найбільш сприятливими обставинами, передусім – соціальними; формування «своєї» аудиторії тривалого мистецького проєкту; підтримка мистецького проєкту відповідними владними структурами; диверсифікація джерел фінансування мистецького проєкту; для тривалого існування мистецького проєкту необхідно створити суспільний і міжнародний резонанс першого ж заходу проєкту, широкий розголос його в мас-медіа [4, 161-162].

С. Оборська, акцентуючи на сучасній проблематиці подієвого менеджменту, зазначає, що «мистецький проєкт як унікальна цільова культурно-творча подія створюється для досягнення конкретних результатів,

пов'язаних зокрема з економікою та суспільством» [8, 392]. Л. Обух, виокремлюючи та осмислюючи теоретичні та практичні аспекти проектування в галузі академічного музичного мистецтва, пропонує таке авторське визначення концепту «музичний проєкт академічного мистецтва», яке заслуговує нашої уваги: «це – неповторюване поетапне організування резонансних заходів академічного музичного мистецтва загальнонаціонального чи локального (місцевого) масштабу як виду комунікаційної програми у системі стратегічного процесу функціонального менеджменту з метою залучення його в якості механізму позитивної соціальної дії» [9, 97].

Таким чином, «мистецький проєкт» – це своєрідний відгук на актуальну подію, форма суспільної свідомості, сфера людської культури, задуму, умов, ініціативи, середовища, комунікації, творчої діяльності, у процесі якої створюються художні образи на те чи інше соціокультурне явище.

У практиці організацій соціокультурної сфери існує безліч версій мистецьких проєктів за формою, змістом, структурою. Розроблений мистецький проєкт допомагає менеджеру соціокультурної діяльності уникнути багатьох недоліків при його реалізації, у ньому поєднуються творчі, технічні, фінансові і загалом практичні аспекти діяльності: 1) мистецький проєкт є документом, який виконує як стратегічні цілі планування, так і тактичні – управління та контролю виконання різних функціональних дій в ході реалізації проєктних форм діяльності; 2) мистецький проєкт є підставою для початку творчої роботи і дає оцінку результатам за певний період діяльності; 3) мистецький проєкт сприйнятливий для різного роду інноваційних втілень та слугує, як засіб для отримання необхідних інвестиційних надходжень і шляхів фінансування проєкту; 4) мистецький проєкт є рекламою та PR акцією, програми, стаючи своєрідною брэндом проєктної організації; 5) мистецький проєкт є безперервним процесом пізнання сучасних соціокультурних реалій, і є інструментом самонавчання та самовдосконалення персоналу організації.

Як ми вже відзначали, мистецький проєкт будується в площині загальної стратегії соціокультурної організації в цілому і поєднує різні етапи, функції і результати діяльності. С. Оборська зазначає що, «функція подієвого менеджменту – висококваліфікована організація, яка складається з чотирьох

ресурсів – ідеї, часу, фінансування та команди. Окрім того, у будь-якому мистецькому проєкті важливими є прогнозування, стратегічне мислення та планування, а для проєктів, мета яких – безпосереднє формування суспільної думки, важливо зважати на різноманітні впливи» [8, 396].

Проєктні технології у соціокультурній сфері мають і ряд особливостей, характерних саме для цього виду творчої діяльності. На інноваційній та творчій складовій проєктної діяльності наголошують Н. Івановська, В. Шульгіна та О. Яковлев, «оскільки вона передбачає перетворення реальності, будується на базі відповідної технології, яку можна уніфікувати, засвоїти та вдосконалити» [5, 22]. Г. Новікова аналізує проєктні технології соціально-культурної діяльності, під якою розуміє сукупність форм, методів, методик, розробок, розрахунку, моделей проектування та впровадження різних інновацій, здатних забезпечити досягнення певної мети. З точки зору предметної діяльності, під технологіями слід розуміти організований процес впливу суб'єкта на об'єкт діяльності з метою формування соціально-значущих якостей особистості [7, 114-115].

Таким чином, робота над технологією створення проєкту починається з визначення і вирішення трьох основних завдань: 1) визначення цілей, яких намагається досягти організація; 2) діагностика – аналіз реального стану діяльності; 3) прогнозування – перспектива досягнення кінцевого результату.

При отриманні сприятливого аналітичного прогнозу на реалізацію поставленої мети менеджер соціокультурної діяльності приступає, власне, до проектування моделі майбутньої проєкту, зазначаючи: назву та вид проєкту, стратегію маркетинг-міксу, включаючи: продукт (місце проведення, програма), ціни, комунікація (реклама, просування, робота з громадськістю), спонсорів, організація і реалізації програми, контролінг. Обґрунтовується загальна концепція пропонованого проєкту, визначається стартова команда, фазовий план, цілі, масштаби діяльності, місце проведення, стратегічні переваги, фінансові та організаційно-правові умови. Тобто, концепція проведення проєкту: це основна ідея і відповідальність, стратегія і маркетинг, ресурси і витрати, логістика і загальні умови діяльності, ризики і безпека.

На цьому етапі відбувається детальне опрацювання ідейно-тематичного задуму конкретної форми, підготовка сценарію в цілому і окремих його частин, визначається композиційне рішення запропонованої форми, обґрунтовується її жанр, художній образ. Визначається цільова група учасників, в тому числі: географія проведення проєкту, кількість відвідувачів, хід проєкту, розподіл по часу. На цьому етапі розкриваються фінансові ресурси, складання бюджетного плану та затвердження бюджету. Крім того, вказуються умови для потенційного інвестора, можливої державної підтримки проєкту чи органів місцевого самоврядування, меценатів, співзасновників або партнерів, включаючи соціокультурну організацію, де проєкт може реалізовуватися. У цій частині необхідно зазначити потенційні ризики, які можуть виникнути при реалізації проєкту.

Наступний етап роботи над мистецьким проєктом називається організаційно-творчий і включає наступні процедури. Після затвердження сценарію і бізнес-плану починається безпосередня робота над організаційно-управлінською стороною реалізації проєкту на практиці. На цьому етапі роботи над проєктом визначаються форми і методи управління проєктом, дається характеристика персоналу, що відповідає за реалізацію проєкту, оцінюється особливості культурно-мистецької сфери, визначаються організації і колективи, зацікавлені в просуванні проєкту, формуються групи і оргкомітети. Крім того, визначаються відповідальні за напрями роботи, розробляються положення, умови відбору, як в середині проєкту, так і для зовнішньої аудиторії. Також на цьому етапі проєкту затверджуються творчі колективи і окремі виконавці, організатори, які беруть участь в реалізації проєкту, обґрунтовується використання різних технічних засобів: світлової і сценічної техніки, музичного обладнання, розробляються ескізи одягу сцени, костюмів, сценографічного вирішення.

Фінансово-економічна частина проєкту ґрунтується на розгорнутому бізнес-плані із зазначенням вартості всіх видів робіт, пов'язаних із здійсненням проєкту і зазначенням конкретних джерел фінансування. Визначаються шляхи можливої самоокупності постановочних витрат, обґрунтовуються штатний розклад і заробітна плата персоналу, розробляється кошторис з докладним зазначенням статей доходів і витрат,

відрахувань на податки та інших статей. Важливе місце відводиться розробці режисерського сценарію, який є відповідним пунктом для діяльності всіх постановочних служб, задіяних в розробці проєкту на даному етапі.

Наступний етап роботи над проєктом – це етап безпосереднього виробництва, що включає оренду або купівлю обладнання, репетиційний період, виробництво декорацій і костюмів, проведення рекламної кампанії. На цьому етапі розробляються і підписуються трудові угоди, контракти, договори, укладені відповідно до чинного законодавства України і домовленостями між організаторами і учасниками проєкту. Промоутерська частина проєкту включає в себе основні прийоми інформаційної та рекламної діяльності, в ній обґрунтовується необхідність застосування тих чи інших прийомів, розробляються відео кліпи, відеоджінгли. Організуються і проводяться прес-конференції, здійснюється пошук інформаційних спонсорів, розробляється стимулююча система, використовуються рекламні форми і прийоми, які посилюють інтерес глядацької аудиторії до мистецького проєкту.

Заключний етап роботи над проєктом пов'язаний з його реалізацією, завершальними монтажними роботами з оформлення та обладнання сцени, монтажними і генеральними репетиціями, прем'єрою, експертними оцінками діяльності по реалізації проєкту та аналізом творчих і фінансових результатів. У цей період особливу роль відіграє розробка режисерсько-постановочної документації, яка знаходить відображення в монтажній складовій, що з'єднує воедино діяльність всіх технічних служб, задіяних в постановочній роботі. За монтажним листом кожна служба узгоджено включається в робочий процес, згідно конкретних етапів досягнення поставленої мети та оцінки отриманих результатів.

Таким чином, «мистецький проєкт» в художньо-образній формі відображає глибоке осмислення автором (продюсером, менеджером, сценаристом, режисером) окремого факту або цілого явища соціокультурного життя людини і суспільства, і особливу, якщо не головну роль відіграє в ньому творчий ідейно-тематичний задум, організаційно-творчий етап, фінансово-економічний, виробничий та етап реалізації майбутньої акції.

Я. Мартинишин, О. Костюченко зазначають що, «провідною формою менеджменту в соціокультурній сфері, стратегічним інструментом її розвитку є проєктна діяльність, цілісна концепція якої ґрунтується на взаємодії економічних, культурних, соціально-психологічних, творчих і технологічних аспектів, а ефективність якої залежить від ефективного управління часом, матеріальними та людськими ресурсами, командою проєкту, впровадження інновацій та ефективного використання інвестицій» [6, 88]. Успіх при створенні та реалізації мистецького проєкту можливий за умови творчого підходу менеджера соціокультурної сфери до використання креативних технологій, інноваційних методик, нетрадиційних форм і прийомів, інтенсивної працездатності і точного розрахунку в організаційно-фінансовій діяльності. Тільки в цьому випадку особистісна позиція менеджера соціокультурної сфери з організації мистецького проєкту буде зрозуміла суспільством, глядачами.

Якими компетентностями повинен володіти менеджер соціокультурної сфери: практичними навичками, готовності реалізувати свій задум як при написанні драматургічної основи (сценарію), так і в процесі створення мистецьких проєктів; здатність до співпраці з колегами та партнерами, вміння розв'язувати проблеми в різних життєвих ситуаціях; успішно і ефективно використовувати комунікативні навички; вільно і впевнено використовувати професійну термінологію; здатність ставити і вирішувати прикладні завдання з використанням теорії і практики в управлінні мистецьких проєктів; адаптивність, застосовувати навички розробки довгострокових планів дій, внутрішня мотивація, вміння робити власний вибір та встановлювати особисті цілі; використовувати інноваційні технології в створенні і реалізації сучасних мистецьких проєктів; вміння оперувати знаннями, вміння аналізувати та належно використовувати інформацію.

Таким чином, менеджери соціокультурної сфери повинні упевнено орієнтуватися в сучасному суспільному просторі актуальних потреб, оцінювати та складати бізнес-плани, стратегію просування товару чи послуги, або самому орієнтувати соціокультурний ринок під свої індивідуальні цінності; аналізувати інформаційні матеріали, вміти інформацію перетворити у бізнес чи

соціальну складову, застосовуючи при цьому принципи формування, функціонування системи управління, професійний досвід, технології, фінанси та правові складові для розвитку організації та втілення свого мистецького проєкту.

Наукова новизна. Виявлено характерні особливості мистецького проєкту, що вирізняє його з-поміж інших проявів художньо-творчої діяльності; досліджено структурні складові наукової категорії «мистецький проєкт»; охарактеризовано соціокультурний простір як середовище реалізації мистецького проєкту; узагальнено технологію створення мистецького проєкту у діяльності менеджера соціокультурної сфери.

Висновки. У визначенні проблемного напрямку нашого дослідження ми зосередили свою увагу на технології створення мистецького проєкту в діяльності менеджера соціокультурної сфери особливостями якої є: по-перше, мистецький проєкт як організаційна складова, яка дозволяє систематизувати компетентні дії фахівців, виступає ефективною сучасною моделлю управління; по-друге, під управлінням мистецькими проєктами розуміється специфічна системна форма регулювання організаційних процесів; по-третє, специфічна особливість діяльності менеджера, пов'язана з аналізом, задумом і втіленням різноманітних заходів, на цей аспект мають здатність впливати технології, які дають відповіді на сучасні потреби соціокультурної сфери.

Обґрунтування вищезазначених компонентів здійснено з урахуванням спрямованості мистецьких проєктів, технологій створення та фахових компетентностей менеджера у соціокультурному середовищі.

Література

1. A Guide to the Project management Body Knowledge. Project Management Institute Standards Committee. 2000 Edition., 2000. 224 p.
2. British Standard BS 6079-1 : 2000. Project management. Part 1 : Guide to Project management. 182 p.
3. Арчибальд Р. Управление высокотехнологичными программами и проектами. Пер. с англ. Е.В.Мамонтова. Москва : Компания АйТи; ДМК Пресс, 2004. 472 с.
4. Давидовський К.Ю. Семантика мистецького проєкту (на прикладі творчих ініціатив Київського інституту музики ім. Р. М.

Глієра 1990-2000-х років). Культурологічна думка. 2013. № 6. С. 160-164.

5. Івановська Н. В., Шульгіна В. Д., Яковлев О. В. Соціокультурне проектування в мистецтві. Київ, НАКККІМ. 2018. 196 с.

6. Мартинишин Я. М., Костюченко О. В. Проектний менеджмент як стратегічний інструмент розвитку соціокультурної сфери. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Культурологія. 2018. № 4. С. 84-89.

7. Новикова Г.Н. Технологические основы социально-культурной деятельности. Москва : МГУКИ, 2010. 158 с.

8. Оборська С. В. Сучасна проблематика подієвого менеджменту мистецьких проєктів. Культура України. Серія: Мистецтвознавство. 2018. № 61. С. 389-397.

9. Обух Л.В. Концептуалізація поняття «Музичний проєкт академічного мистецтва». Науковий вісник Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Київ : НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2019. № 125. С. 89-103. DOI: <https://doi.org/10.31318/2522-4190.2019.125.189050>.

10. Поплавський М. М. Мистецький проєкт: дискурс художньої культури початку нового тисячоліття (у точці перетину – crossover point). Вісник Нац. академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2019. №1. С. 248-254.

References

1. A Guide to the Project management Body Knowledge. (2000). Project Management Institute Standards Committee. Edition. [in English].

2. British Standard BS 6079-1. (2000). Project management. Part 1 : Guide to Project management. [in English].

3. Archibald R. (2004). Management of high-tech programs and projects. (E.V.Mamontova, Trans.

in Eng.).(A.D. Bazhenova & A.O. Arefeva, Ed). Moskva : Kompaniya AyTi; DMK Press [in Russian].

4. Davidovskiy K.Yu. (2013). Semantics of mystical project (applied to creative initiatives of the Kiev Institute of Music named after R.M. Gliera 1990-2000 s). Kulturologichna dumka. 6, 160-164. [in Ukrainian].

5. Ivanovska N. V., Shulgina V. D., & Yakovlev O. V. (2018). Socio-cultural projects in mystery. Kiev, NAKKIM [in Ukrainian].

6. Martinishin Ya. M., & Kostyuchenko O. V. (2018). Project management is a strategic tool for the development of the social and cultural sphere. Visnik Natsionalnoyi akademiyi kerivnih kadriv kulturi i mistetstv. Kulturologiya. 4, 84-89. [in Ukrainian].

7. Novikova G.N. (2010). Technological foundations of social and cultural activities. Moskva : MGUKI [in Russian].

8. Oborska S. V. (2018). Contemporary issues of event management of art projects. Kultura Ukrayini. Seriya: Mistetstvovnavstvo. 61, 389-397. [in Ukrainian].

9. Obuh L.V. (2019). Conceptualization of the concept of «Musical project of academic art». Naukoviy visnik Natsionalno yi muzichnoyi akademiyi Ukrayini Imeni P. I. Chaykovskogo. Kiyiv : NMAU Im. P.I. Chaykovskogo. 125, 89-103. DOI: <https://doi.org/10.31318/2522-4190.2019.125.189050>. [in Ukrainian].

10. Poplavskiy M. M. (2019). Art project: the discourse of artistic culture of the beginning of the new millennium (at the crossover point). Visnik Nats. akademiyi kerivnih kadriv kulturi i mistetstv. 1, 248-254. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.03.2021

Отримано після доопрацювання 29.03.2021

Прийнято до друку 05.04.2021