

NEWS

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 6, Number 316 (2017), 113 – 118

G.Z.Begembetova¹, R.K. Jumaniyazova²¹Kurmangazy Kazakh National Conservatory (Almaty, Kazakhstan);²Kurmangazy Kazakh National Conservatory (Almaty, Kazakhstan)

E-mail:rau_j@mail.ru; E-mail: begembetova@mail.ru

TO THE ISSUE OF MANAGEMENT IN ART

Abstract. In the context of market model of the Kazakh economy, the sphere of culture and art has emerged as an independent branch of the national economy, the functioning of which is aimed at satisfying the cultural and spiritual demands of the citizens of Kazakhstan. The article outlines the need to strengthen the overall humanitarian policy of the state, aimed at supporting the intellectual base of the country and its carriers; at including all creative unions in the sphere of state interests. In this series of events the development of a relatively new sphere for our country - management in the field of classical art is especially important. In fact, it is the main link in the development of culture. Objectively assessing the decrease of the state's influence and expansion of the sphere of private cultural production, the authors point out that certain changes in the economy of the country and the changing role of the state in economic and social life require new relations between the artist and the state. It is the market with its initial focus on obtaining a competitive end result can be an effective tool for increasing the effectiveness of creative teams and cultural institutions. In connection with the solution of this global problem, work has already begun on the preparation of art managers in universities of culture and art, since it is the art industry that should become a technological tool for creating favorable conditions for the creation and promotion of artistic values in the socio-cultural educational space. The article discusses the need to develop a special program to improve the effectiveness of management in the field of culture and art, which includes curriculum adjustments, internships, various incentive measures for managers (including grants, scholarships, bonuses) combined with the possible introduction of a certification and accreditation mechanism (for Heads of state cultural organizations). State policy in the sphere of culture must be realized, and this is a managerial task. And since the world of classical music does not promise managers of the same "mountains of gold" as, for example, the world of commerce, there is a chance that people who really love music will be engaged in music marketing.

Key words: culture, management, art industry, music, project technologies, profession, Kazakh music, conservatory, academic art.

УДК 78(574)09

Г.З. Бегембетова¹, Р.К. Джуманиязова¹Казахская национальная консерватория им. Курмангазы (Алматы, Казахстан)²Казахская национальная консерватория им. Курмангазы**К ПРОБЛЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА В ИСКУССТВЕ**

Аннотация. В условиях развития рыночной модели казахстанской экономики произошло становление сферы культуры и искусства как самостоятельной отрасли национальной экономики, функционирование которой направлено на удовлетворение культурных и духовных запросов граждан Казахстана. В статье обозначена необходимость усиления общей гуманитарной политики государства, нацеленной на поддержку интеллектуальной базы страны и ее носителей; включение всех творческих союзов в сферу государственных интересов. Важным в этом ряду мероприятий является развитие сравнительно новой для нашей страны сферы - менеджмента в сфере классического искусства, по сути, являющейся основным звеном в развитии культуры. Объективно оценивая происходящее сужение влияния государства и расширение сферы частного культурного производства, авторы указывают на то, что определенные перемены в хозяйственном укладе страны, изменение роли государства в экономической и общественной жизни, соответственно требуют

и новых отношений между художником и государством. Именно рынок с его изначальной ориентированностью на получение конкурентоспособного конечного результата может стать действенным инструментом повышения эффективности работы творческих коллективов и учреждений культуры. В связи с решением этой глобальной проблемы в стране уже начата работа по подготовке арт-менеджеров в вузах культуры и искусства, так как именно арт-индустрия должна стать технологическим инструментом по формированию благоприятных условий для создания и продвижения художественных ценностей в социокультурном образовательном пространстве. В статье говорится о необходимости разработки специальной программы по повышению эффективности менеджмента в сфере культуры и искусства, предусматривающей корректировку учебных планов, стажировки, различные меры стимулирования оплаты труда управленцев (включая гранты, стипендии, премии) в сочетании с возможным введением механизма аттестации и аккредитации (для руководителей государственных организаций культуры). Государственную политику в сфере культуры надо реализовывать, и это задача менеджерская. А поскольку мир классической музыки пока не сулит менеджерам таких же «золотых» гор, как, например, мир торговли, есть шанс, что музыкальным маркетингом будут заниматься люди, по-настоящему любящие музыку.

Ключевые слова: культура, менеджмент, арт-индустрия, музыка, проектные технологии, профессия, казахская музыка, консерватория, академическое искусство.

В условиях развития современной цивилизации и электронных технологий одним из важнейших факторов глобальной политики любого государства является культура, рассматриваемая не только как сфера человеческой жизни, но и как механизм возможной культурной и экономической экспансии. В этом смысле широкое и грандиозное явление глобализации, опирающееся, прежде всего, на информативные системы, ярко представлено двумя тенденциями. Одна из них – достаточно активно проникающая в сознание людей масс-культура, в своей нынешней форме несущая в себе некое покушение на духовное многообразие современного человечества, приводящая к утверждению обезличенности, лишенности духовно-нравственных ориентиров и, ставящей во главу угла лишь рыночный критерий прибыли. Вторая же – это традиция высокого искусства, отраженная в художественном творчестве, принципах его организации, в системе профессионального обучения. Однозначно оценивать эти явления невозможно, но очевидно следующее.

Музыка масс-культуры с ее патологической демократичностью захватила внимание миллионов и стала едва ли не самым главным музыкальным знаком времени. Это следует признать, изучая проблему «хорошего вкуса», имеющую прямые экономические и культурные последствия. Ушли в прошлое идеологические разносы, торжествует приоритет личного выбора, но каких-либо серьезных дискуссий по проблемам творческой ориентации нет. Столкновение этнического и глобального во многом разрешается в пользу последнего. Огромный успех музыкального шоу-бизнеса на всем постсоветском пространстве сформировал удивительное нежелание видеть уже созданные и накопленные человечеством духовные богатства. В этой связи необходимо говорить и думать о том, как увлечь, заинтересовать молодежную среду высоким искусством, как создать новую интеллектуальную элиту. Этот вопрос однозначно не должен оставаться на периферии внимания общества и культурно-образовательных учреждений.

Однако, несмотря на проблемы, существующие в области музыкальной культуры, в Казахстане были и есть великие музыканты, гении и в творчестве, и в исполнительстве. Многочисленные гастролы творческих коллективов Государственного академического оперного театра им.Абая, симфонического оркестра, оркестра им.Курмангазы, Казахской национальной консерватории им.Курмангазы, наглядно показывают, что слушатели готовы воспринимать серьезную музыку, отторжение от которой происходит в некоторой степени насильственным путем. Возникла ситуация вакуума культурного образования, особенно коснувшаяся отдаленных регионов республики.

Возможное решение данной проблемы может включать разные модели, но однозначно предполагает разработку нескольких направлений. Например, усиление общей гуманитарной политики государства, нацеленной на поддержку интеллектуальной базы страны и ее носителей; включение всех творческих союзов в сферу государственных интересов. Важным в этом ряду мероприятий является развитие сравнительно новой для нашей страны сферы - менеджмента в сфере классического искусства, по сути, являющейся основным звеном в развитии культуры. По поводу последнего мы бы хотели остановиться подробнее.

Последнее десятилетие отмечено важными событиями, происходящими в культуры, такими как: обретение творческой и финансово-экономической самостоятельности организаций и деятелей искусства, возможность реализовывать результаты своего творчества независимо от решений каких-либо государственных органов, свобода от цензуры. Однако такое приобретение различных «свобод» потребовало от казахстанских художников весьма значительной перестройки в мышлении, в частности, понимании неоспоримого - успех или провал тех или иных арт-проектов во многом зависят от финансовых, материальных и организационных ресурсов. Подобная реальность оказалась воспринятой дифференцированно: одни сумели добиться определенных успехов, другие же, наоборот, оказались неспособными выжить в серьезной

конкурентной борьбе. Но, как бы то ни было, свобода творчества оказалось тем ценным приобретением, которое приняли абсолютно все творцы, вне зависимости от возраста, профессионального и общественного статуса, политических взглядов.

Как известно из истории, последнее десятилетие XX века прошло под знаком борьбы отечественной культуры за выживание практически во всех странах постсоветского пространства. За эти годы произошло сужение влияния государства и расширение сферы частного культурного производства. При всех своих амбициях и желании контролировать и направлять культурные процессы в обществе, государство не имеет безграничных материальных ресурсов. Созданная в советское время инфраструктура культуры оказалась избыточной для новых режимов. Это является причиной того, что культурное производство в целом стало результатом частной активности и даже самовывживания с минимальным вмешательством и поддержкой государства. Появились новые категории заказчиков творческой продукции – различные общественные и благотворительные фонды, корпоративные структуры, спонсоры и меценаты. С каждым годом все больше появляется независимых компаний, которые заняты производством, распространением и реализацией продукции и услуг в арт-индустрии. Это частные издательства, концертные агентства, продюсерские компании, которые в шоу-бизнесе занимают ведущее положение, а в других областях искусства, таких как: кинематограф, театр, академическая музыка, начинают составлять серьезную конкуренцию государственным организациям. Помимо того, всё большее влияние на творческий процесс начинают оказывать потребители (читатели, зрители, коллекционеры произведений искусства), которые своими эстетическими запросами и платежеспособными возможностями во многом определяют объем и структуру предложения на рынке художественных товаров и услуг.

Подобные перемены в хозяйственном укладе страны, изменение роли государства в экономической и общественной жизни соответственно требуют и новых отношений между художником и государством. Определить социальную роль художника на сегодняшний день, а также степень влияния государства на процесс производства и потребления творческой продукции, необходимо в первую очередь для того, чтобы обозначить пути дальнейшего развития казахстанского искусства, возможность сохранения и развития традиций прошлого.

Именно сейчас назрела необходимость определить новые принципы взаимоотношений между творческими деятелями и государством, принимая во внимание такие объективные факторы, как существование рыночной экономики, реальный экономический потенциал страны и произошедшие за последние годы изменения в структуре общественных потребностей. Именно рынок с его изначальной ориентированностью на получение конкурентоспособного конечного результата может стать действенным инструментом повышения эффективности работы творческих коллективов и учреждений культуры. Однако в Казахстане подобный художественный рынок сложился и активно развивается лишь в некоторых видах искусства (эстрада, дизайн, архитектура). В других же сферах он либо пока находится в зачаточном состоянии (классическая музыка, народное искусство), либо сформировался частично (изобразительное и цирковое искусство, кинематограф). В данном случае важнейшей функцией государства является определение и уточнение приоритетов национальной культурной политики, основанное на анализе состояния сферы культуры и прогнозе ее развития.

Одним из направлений деятельности государства в сфере культуры возможно создание совместных (государства и частного бизнеса) экспертных советов, редакций, конкурсных комиссий, совместных групп по разработке новых культурных проектов, проведении семинаров и конференций. Имеет смысл продвигать паритетное (или многостороннее - с участием частного бизнеса или третьих стран) финансирование тех или иных мероприятий и инициатив. Наиболее вероятное направление такого сотрудничества - проведение государственных конкурсов в различных областях культуры и искусства. Поддерживая и восстанавливая просветительские функции искусства, будущие проекты должны носить больше образовательный характер, помогать делать карьеру, повышать квалификацию, они должны давать новую и полную информацию об истории искусства, современных направлениях и жанрах, о тенденциях развития отечественной культуры. Целенаправленное сотрудничество международных организаций с представителями среднего и крупного бизнеса должно показать им важность культуры в развитии экономики страны, необходимость вкладывать средства в долгосрочные культурные проекты и институты, создание культурной инфраструктуры. Однозначно, что реализация вышеупомянутых рекомендаций политологов и социологов, невозможна без грамотного менеджмента в искусстве. Срок приобретения профессионализма в музыкальной области исчисляется годами, если не десятилетиями. При этом следует принять во внимание тот факт, что организационные проекты отнесены к самому высокому классу сложности, трудоемкости, уровню риска и другим существенным параметрам по сравнению с иными типами проектов.

Во многих случаях стремление художников заработать «на жизнь» своим творчеством в большинстве случаев сдерживается их неготовностью самостоятельно вести финансовые дела, отсутствием навыков управления, незнанием и непониманием законов рынка художественной продукции и услуг. Успешное

совмещение творческих и управленческих функций в одном лице - сегодня, скорее, исключение из правил. Как показывает практика, в Казахстане существует серьезная проблема с менеджментом в сфере культуры. Нехватку в искусстве квалифицированных управленческих и продюсерских кадров специалисты объясняют низкой рентабельностью этого рода деятельности и, как следствие, его малой привлекательностью для квалифицированных менеджеров, особенно молодых. Однако, это верно лишь отчасти. Зарубежный опыт подтверждает, что даже элитарное академическое искусство может приносить прибыль и художнику, и организаторам творческих проектов. В нашей стране экономическая рентабельность творческой деятельности долгое время сдерживалась ограниченным платежеспособным спросом населения. В последние годы этот спрос стал постепенно расти, так же как возрастает интерес отечественных спонсоров и меценатов к инвестициям и безвозмездным пожертвованиям в искусство. Но для того, чтобы эффективно распорядиться этими средствами, а также овладеть новыми методами и подходами, требуется качественно иной уровень менеджмента в сфере культуры, иная ментальность, предусматривающая отказ от психологии «потребительства». Государство всерьез озабочено проблемой подготовки управленческих кадров для творческих организаций, привлечением в сферу искусства квалифицированных менеджеров.

О всевозрастающей роли арт-индустрии свидетельствуют международные форумы, научно-исследовательские работы, статистические данные. Культура признается серьезным ресурсом экономики, уже укоренившимися стали такие понятия, как культурно-экономическое развитие, экономика впечатлений, экономика переживаний (1). Более того, в докладе ООН, посвященном креативной индустрии, говорится: «В 2008 году финансовый и экономический кризис вызвал падение мирового спроса и сокращение миро вой торговли на 12%. Тем не менее, мировой экспорт креативных товаров и услуг продолжал расти, достигнув 592 миллиардов долларов в том же 2008 году – это вдвое превышает их уровень 2002 года, обозначая ежегодный уровень роста креативной индустрии в 14% на протяжении шести лет» (2). Приведенные в пример цифры являются чрезвычайно убедительными, ведь после кризиса экономика развитых стран растет в лучшем случае на 4-4.5% в год, а зачастую и вовсе не достигает и 1%.

Большинство творческих работников малоэффективны как бизнесмены, что закономерно, ведь творческие способности и эффективность – это разные вещи (3). Осознание этого факта и стало поводом возникновения арт-менеджмента и различных посреднических организаций.

Одним из примеров может служить существующая уже несколько лет специальность «Арт-менеджмент» Казахской национальной консерватории им.Курмангазы. Не останавливаясь на учебных планах данной специальности, хотелось бы отметить, что этот специалист должен быть разносторонне образован - сочетать математические, экономические знания, системно мыслить и еще быть гуманитарно образованным. Кстати поэтому, скорее всего вряд ли ему можно рассчитывать на успешное трудоустройство сразу после учебы, так как необходимо вначале набраться опыта.

Одним из сложных моментов в подготовке арт-менеджеров в вузах культуры и искусства, является отсутствие специального экономического образования будущих специалистов. Однако, есть несколько фундаментальных экономических тем, не разбирая которые, нельзя быть управленцем в сфере культуры. Этими темами можно назвать защиту интеллектуальной собственности, структуру контрактов между коммерцией и искусством, проблемы ценообразования, проблему навигации потребителя в культуре. Именно они составляют набор курсов в программе подготовки специалистов.

Профессия эта особая и требует особой одаренности. Образное мышление, плюс – способность мыслить операционально, плюс – специальные навыки – таких людей мало, их надо искать. Но основная масса обучающихся по специальности «Арт-менеджмент» станут специалистами «среднего звена», без которых культура нежизнеспособна. Это, например, начальник отдела дистрибуции в глянцево м журнале, театральный администратор, специалист по заключению контрактов в студии звукозаписи и т.п.

Следует разработать специальную программу по повышению эффективности менеджмента в сфере культуры и искусства, предусматривающую корректировку учебных планов, стажировки, различные меры стимулирования оплаты труда управленцев (включая гранты, стипендии, премии) в сочетании с возможным введением механизма аттестации и аккредитации (для руководителей государственных организаций культуры). Государственную политику в сфере культуры надо реализовывать, и это задача менеджерская. Свести вместе интересы общественных институтов, рынка, государства – под силу лишь специально подготовленным людям, и они должны стать сообществом, способным проводить эту политику.

Проблема осознана, и процесс обучения запущен. А поскольку мир классической музыки пока не сулит менеджерам таких же «золотых» гор, как, например, мир торговли, есть шанс, что музыкальным маркетингом будут заниматься люди, по-настоящему любящие музыку.

Большинство современных авторов считают исходной основой проектного мышления книгу Герберта Саймона «Науки об искусственном» (4). Эта книга лауреата Нобелевской премии по экономике, с преобладающими интересами в области естественного и искусственного интеллекта, Герберта Саймона, самого преданного и убежденного сторонника проектного менеджмента, была в прошлом веке раскритикована.

Однако в XXI веке энтузиасты проектного мышления восстановили все принципы Герберта Саймона, распространив их за пределы дизайна и архитектуры¹. В реальной практике проектное мышление – это не только мышление: оно включает также экспериментирование, визуализацию информации, моделирование, обсуждения, размышления. Проектное мышление – это длительная непрерывная деятельность, ключевой предпосылкой которой является то, что проблемы сложны, нечётко определены, плохо структурированы, скрыты, запутаны. Можно утверждать, что принципиальная особенность проектного мышления – это основанность на практике, только при наличии практики проектное мышление может быть эффективным и результативным.

Проектные технологии являются оптимальными для арт-индустрии не только в силу совпадения сущностных характеристик, но и потому что являются мобильными и экономически эффективными. Так, мало какая организация может себе позволить одновременно содержать администратора, антрепренера, руководителя, агента, персонального менеджера, бизнес-менеджера, промоутера (импресарио), продакшн-менеджера и т.д. Примечательно, что здесь перечислены лишь специализации арт-менеджера, без учета технического и финансового персонала. В рамках же проектного менеджмента все задачи распределяются между участниками проектной группы, каждый из которых многофункционален (5).

Каждый из приемов управления, зародившихся и детально рассчитанных первоначально для программного обеспечения, позволяет организовать процессы в художественном проекте, которые намного сложнее поддаются планированию, мониторингу и управлению (6). Подробное описание с конкретными примерами из современной культурной жизни Казахстана составляет содержание готовящихся к изданию учебников и методических пособий по арт-менеджменту.

Решение вышеназванных проблем, конечно же, в первую очередь зависит от экономических условий современной ситуации. Однако, вспоминая уроки великой эпохи Просвещения, можно надеяться, что процесс развития казахской культуры будет поддержан серьезными финансово-спонсорскими проектами и, в результате эффективной их реализации, будут свершаться новые художественные открытия. Немаловажным, если не сказать приоритетным фактором в организации культурного пространства, является наличие традиционной национальной культуры, содержащей в себе высокий нравственный потенциал. В стремлении сохранить и приумножить свои духовные богатства и ценности в процессе глобализации, нам всем необходимо помнить, что высокое искусство наряду с «генными» этнотрадициями всегда остается важнейшим индикатором состояния общества.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Новая экономика – экономика переживаний. Интервью с ректором Высшей школы экономики Я.Кузьминовым // Менеджер. 2005 №3 (12).
- [2] Д.Кирнарская. Роль художественного образования в становлении креативной экономики // Культура России: Информационно-аналитический сборник 2012 г. Актуальные задачи духовного возрождения России. – М., 2012.
- [3] Как на заработать на культуре. Интервью с В.Бабковым // Эксперт Урал. №16, 2007 г.
- [4] Herbert Simon. The Sciences of the Artificial. Cambridge: MIT Press, 1969.
- [5] С.Б.Войтковский. Основы менеджмента и практический менеджмент в искусстве. – М., 2000.
- [6] Г.Н.Новикова. Технологии Арт-менеджмента: учебное пособие // Г.Н.Новиков.- М.: Дом МГУКИ, 2006.

REFERENCES

- [1] Novaya ehkonomika – ehkonomika perezhivaniy. Intervyu s rektorom Vysshej shkoly ehkonomiki YA.Kuz'minovym. Menedzher. **2005** №3 (12). (in Russ.).
- [2] D.Kirnarskaya. Rol hudozhestvennogo obrazovaniya v stanovlenii kreativnoj ehkonomiki. Kul'tura Rossii: Informacionno-analiticheskij sbornik 2012 g. Aktualnye zadachi duhovnogo vozrozhdeniya Rossii. – M., **2012**. (in Russ.).
- [3] Kak na zarabotat na kulture. Intervyu s V.Babkovym. EHkspert Ural. №16, **2007** g. (in Russ.).
- [4] Herbert Simon. The Sciences of the Artificial. Cambridge: MIT Press, **1969**. (in Engl.).
- [5] S.B.Vojtkovskij. Osnovy menedzhmenta i prakticheskij menedzhment v iskusstve. – M., **2000**. (in Russ.).
- [6] G.N.Novikova. Tekhnologii Art-menedzhmenta: uchebnoe posobie. G.N.Novikov.- M.: Dom MGUKI, **2006**. (in Russ.).

¹ Интересно, но при существующем мнении о том, что менеджмент «украл» у дизайнеров идею проектного мышления, в среде дизайнеров самые прогрессивные методы проектного менеджмента не используются. В связи с этим в англоязычном менеджменте сложилась поговорка «Designthinkingisn'tdonebydesigners».

Г.З.Бегембетова¹, Р.К. Джуманиязова²

¹Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы (Алматы, Қазақстан)

²Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясы (Алматы, Қазақстан)

ӨНЕРДЕГІ МЕНЕДЖМЕНТ ПРОБЛЕМАСЫНА

Аннотация. Қазақстан экономикасының нарықтық моделінің даму жағдайларында, қызметі Қазақстан азаматтарының мәдени және рухани сұраныстарын қанағаттандыруға бағытталған ұлттық экономиканың дербес саласы ретінде, мәдениет және өнер саласының қалыптасуы орын алды. Мақалада елдің зияткерлік базасы мен оны иеленушілерге қолдау көрсетуді, барлық шығармашылық одақтарды мемлекеттік мүдделер аясына қосуды нысанаға алған мемлекеттің жалпы гуманитарлық саясатын күшейту қажеттілігі көрсетілген. Іс-шаралардың бұл қатарында біздің еліміз үшін біршама жаңа саланы – шын мәнінде мәдениеттің дамуындағы негізгі буын болып табылатын классикалық өнер саласындағы менеджментті дамыту маңызды болып табылады. Мемлекет ықпалының тарылуының және жекеше мәдени өндіріс саласының кеңеюінің орын алуын объективті бағалай отырып, авторлар елдің шаруашылық құрылысындағы белгілі бір өзгерістер, экономикалық және қоғамдық өмірдегі мемлекет рөлінің өзгеруі тиісінше, суретші мен мемлекеттің арасындағы жаңа қатынастарды да талап ететініне нұсқайды. Атап айтқанда нарық, оның бәсекеге қабілетті түпкілікті нәтижеге ие болуға бастапқы бағдарлануымен, шығармашылық ұжымдар мен мәдениет мекемелерінің жұмысының тиімділігін жоғарылатудың пәрменді құралына айнала алады. Осы ғаламдық проблеманы шешуге байланысты, елде мәдениет және өнер жоғарғы оқу орындарында арт-менеджерлер дайындау бойынша жұмыс енді басталып жатыр, өткені тап осы арт-индустрия әлеуметтік-мәдени білім беру кеңістігінде көркемдік құндылықтарды құру және ілгерілету үшін қолайлы жағдайлар қалыптастыру бойынша технология құралға айналуға тиіс. Мақалада аттестация және аккредитация механизмін енгізу мүмкіндігімен (мемлекеттік мәдениет ұйымдарының басшылары үшін) ұштастықта оқу, машықтану жоспарларын түзетуді, басқарушылардың еңбегіне ақы төлеуді ынталандыру бойынша түрлі шараларды (гранттарды, шәкіртақыларды, сыйлықақыларды қоса алғанда) көздейтін мәдениет және өнер саласындағы менеджменттің тиімділігін жоғарылату бойынша арнайы бағдарлама әзірлеудің қажеттілігі туралы айтылады. Мәдениет саласындағы мемлекеттік саясатты іске асыру керек және бұл менеджерлік міндет. Ал классикалық музыка әлемі әзірге менеджерлерге, мысал үшін, сауда әлемі секілді, «алтын» тауларға уәде бермейтіндіктен, музыкалық маркетингпен музыканы шын сүйетін адамдар айналысатын болады деген үміт бар.

Тірек сөздер: мәдениет, менеджмент, арт-индустрия, музыка, жобалық технологиялар, кәсіп, қазақ музыкасы, консерватория, академиялық өнер.

Сведения об авторах:

Бегембетова Галия Зайнауловна – кандидат искусствоведения, доцент кафедры музыковедения и композиции Казахской национальной консерватории имени Курмангазы.

Бегембетова Галия Зайнауловна – өнертану кандидаты, Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясының музыкатану және композиция кафедрасының доценті.

Galiya Begembetova – Candidate of Arts (PhD), Associate Professor of the Department of Musicology and Composition at the Kurmangazy Kazakh National Conservatory.

Джуманиязова Раушан Кенесовна – кандидат искусствоведения, доцент кафедры педагогики и менеджмента Казахской национальной консерватории имени Курмангазы.

Джуманиязова Раушан Кенесовна – өнертану кандидаты, Құрманғазы атындағы Қазақ ұлттық консерваториясының педагогика және менеджмент кафедрасының доценті.

Raushan Dzhumaniyazova – Candidate of Arts (PhD), Associate Professor of the Department of Pedagogy and Management at the Kurmangazy Kazakh National Conservatory.