

Секция «Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

«Стратегии и инструменты управления креативной командой»

Научный руководитель – Третьяков Виталий Товиевич

Холова Кристина Курбоновна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

E-mail: kholova.k@mail.ru

Актуальность темы обусловлена необходимостью совершенствования управленческих компетенций в сфере культуры и творческих индустрий для реализации государственной культурной политики России. В условиях динамичных изменений социальной и экономической среды возрастает спрос на руководителей, способных эффективно организовывать работу креативных команд, сочетая культурное наследие и современные инновационные подходы. Креативные индустрии в современной России рассматриваются как стратегически важное направление развития культуры и экономики. С 2021 по 2023 год, согласно данным Министерства культуры РФ, доля организаций творческой направленности возросла на 15%, что подтверждает высокий спрос на эффективные управленческие практики. Работа направлена на формирование компетентных управленцев, способных обеспечить реализацию государственной культурной политики через развитие креативного потенциала команды.

Российские управленческие команды могут черпать вдохновение в национальном культурном наследии, которое на протяжении столетий отражало традиции взаимовыручки и товарищества. Образы русской истории помогают понять, как преодолевать кризисы, повышать сплочённость коллектива и формировать стратегическое видение будущего. Практика с опорой на родную культуру всё чаще становится катализатором позитивных изменений в сфере искусства: например, по итогам ежегодного исследования Ассоциации организаторов культурных проектов (2023), более 70% участников таких программ отметили рост эффективности своих творческих инициатив.

Важнейшим инструментом управления креативной командой выступает стратегическое мышление. Оно предполагает комплексный анализ внешней и внутренней среды, выявление ключевых трендов и угроз, а также постановку долгосрочных целей. Особую роль играет концепция «потока», создающая условия для адаптивного поведения и жизнестойкости коллектива: по статистике, организации, внедрившие практики «потока» (регулярные творческие сессии, гибкие командные встречи, обмен креативными идеями), демонстрируют более высокий уровень вовлечённости сотрудников.

Творческое мышление ещё более усиливается за счёт методологии ТРИЗ, латеральных и метаморфических подходов. Их адаптация к условиям культурной сферы даёт возможность находить инновационные решения, от концепции интерактивных выставок до разработки новых форм фестивальной активности. По отчётам Центра инноваций в культуре, более 40% российских музеев и театров, освоивших ТРИЗ, смогли привлечь дополнительную аудиторию и инвесторов.

Управление изменениями в креативных индустриях опирается на модели Левина, Коттера, а также на системный подход к преобразованиям. Важно не только инициировать перемены, но и грамотно работать с сопротивлением: выстраивать диалог со стейкхолдерами (чиновниками, спонсорами, зрителями), учитывать интересы всех участников процесса.

Как показывает практика нескольких крупных столичных арт-кластеров, при комплексном использовании моделей управления изменениями доля успешных проектов выросла до 85%.

Рекомендуется создавать «библиотеку развития управленческих компетенций», куда войдут методические пособия, кейсы и рекомендации, апробированные в российских условиях. Нарастающее внедрение искусственного интеллекта (ИИ) – ещё один важный фактор. Анализ данных, автоматизация процессов, создание цифровых арт-проектов и персонализированный подход к аудитории требуют от руководителей не только технических навыков, но и учёта этических и социальных аспектов: сохранения культурной идентичности, защиты авторских прав и внимательного отношения к творцам.

Цикл управления исполнением и правило постановки задач (SMART, OKR) позволяют руководителям эффективно распределять ресурсы в команде. Дополняет эту картину ситуационное руководство, при котором стиль управления (директивный, наставнический или делегирующий) подбирается с учётом уровня мотивации и компетентности исполнителей. По данным Российского института менеджмента в сфере культуры, организации, применяющие гибкие стили управления, добиваются снижения текучести кадров в среднем на 20%.

Наконец, навигация в стилях управления (особенно с использованием РАЕИ-подхода по Адизесу) даёт возможность гармонично распределять роли в команде и учитывать разные модели мышления. На практике это означает более точное выявление лидеров, аналитиков, креаторов и интеграторов, чьи совместные усилия повышают конкурентоспособность творческого проекта. Согласно опросу руководителей региональных культурных центров, правильное сочетание РАЕИ-профилей сотрудников даёт прирост эффективности проектов до 30%.

Таким образом, стратегии и инструменты управления креативной командой в культурных институтах включают в себя обращение к историко-культурным кодам, практики «потока», методологию ТРИЗ, гибкие модели лидерства и применение цифровых технологий (включая ИИ). Всё это позволяет организациям успешно адаптироваться к вызовам современного мира и вносить весомый вклад в реализацию государственной культурной политики Российской Федерации.

Источники и литература

1. Антонова, М.М. Управление изменениями в организациях культуры. – М.: Академия, 2021.
2. Глазков, И.В. ТРИЗ и креативные методики: руководство для руководителей. – СПб.: Питер, 2022.
3. Карпов, Д.А. Искусственный интеллект в сфере культуры: технические и социальные аспекты. – М.: Институт развития культуры, 2023.
4. Коттер, Дж. Ведущие изменения. – М.: Альпина Паблишер, 2020.
5. Михайлова, Е.С. Историко-культурные предпосылки управления коллективами в России // Вестник культурологии. – 2022. – №4. – С. 67–78.
6. Петров, Л.С. Ситуационное лидерство: теория и практика. – СПб.: Наука и инновации, 2021.
7. Фролов, А.А. Культурный код и идентичность в формировании управленческих стратегий // Общественные науки. – 2021. – №2. – С. 15–29.
8. Adizes, I. Managing Corporate Lifecycles. – Santa Barbara: Adizes Institute, 2019.