

КООРДИНАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ МУЗИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Цейко Наталія Олександрівна

ORCID ID: 0000-0001-8322-9465

старший викладач кафедри музичного мистецтва

Волинський національний університет імені Лесі Українки, Україна

Рональд Коуз, економіст, лавреат Нобелівської премії, довів, що організовані групи людей є ефективнішими в координації ресурсів діяльності, ніж індивіди, які взаємодіють самостійно (Coase, 1988).

У світі музики прикладом організованої колективної діяльності може бути будь-який класичний великий колектив — симфонічний чи камерний оркестр, хор, або зведений вокально-інструментальний ансамбль, комунікація артистів всередині якого, а також їхні контакти зі слухацькою аудиторією, зокрема з приводу організації концертів, наприклад, — неможливі без чіткої, продуманої організаційної діяльності.

З іншого боку, як зазначає Денніс Янг, деякі концерти як в минулому, так і тепер, відбуваються без такої формальної організації чи планування. Це, наприклад, можуть бути джазові «джем-сейшні», в яких беруть участь музиканти, що раніше ніколи не грали разом, тобто в них все відбувається тут-і-тепер, на ходу, імпровізаційно (Young, p. 9). Проте така практика є, що зрозуміло, специфічною, і не надто розповсюдженою.

Досвід Рональда Коуза в сфері музичного менеджменту ставить питання: в яких випадках потрібно інвестувати в інфраструктуру та накладні витрати офіційних організацій, а коли краще намагатися координувати музичну діяльність без них. Важливо знати: за яких обставин організації краще координують роботу, ніж окремі індивіди, і яким чином вони цього досягають.

Олівер Вільямсон обґрунтував, що невизначеність є ключовим фактором обставин, за яких потрібні організації. Якщо незрозуміло, що саме має бути зроблено, або як оцінювати продуктивність, то краще найняти в організацію для виконання цієї роботи спеціальних працівників, ніж кожному з учасників колективу вести складні ринкові переговори індивідуально (Williamson, 1975).

Ефективну координацію всередині організації (колективу), за словами Рональда Коуза, забезпечує підприємець-координатор, менеджер, який керує його діяльністю (Coase, 1988, p. 35). Іншими словами, досягнення координації в організаціях постає результатом вищого організаційного менеджменту. В класичних музичних колективах таку функцію частково виконує диригент, в нових сучасних колективах, в шоу-бізнесі — продюсер або арт-директор.

Основною метою створення колективів є координація діяльності їхніх працівників в умовах, коли ринок не здатний її забезпечити. Якісний «ансамбль» працівників є не лише основною метою організації, але й одним з найважливіших критеріїв оцінки її ефективності. Стати «ансамблем» в цьому плані означає працювати разом настільки добре, що всі працівники колективу зливаються в нерозривне ціле. Наприклад, саме це мав на увазі музичний критик “Plain Dealer” Дональд Розенберг, коли писав про відродження Берлінської філармонії як одного з найкрупніших оркестрів світу, зазначивши: «Музиканти чудово працюють, як одне ціле» (Rosenberg, 1996, p. 9D).

Висновки. Досягнення координації в організаціях є процесом складним, як мінімум, в двох відношеннях. По-перше, тому, що включає в себе набагато більше, ніж

просто роботу керівника колективу. Зокрема, координація передбачає застосування цілої низки організаційних елементів і стратегій. Серед них — організаційні плани та процедури, спілкування та робочі стосунки між учасниками групи, навчання працівників, хід репетицій, прояви лідерства на різних рівнях, чітке бачення цілей, завдань і способів їх виконання. Всі ці та інші координаційні елементи мають бути присутні у належній кількості та поєднуватися у правильний спосіб. По-друге, не існує єдиної простої формули координації. Різні координаційні стратегії застосовуються до організацій різної величини, різного складу, різних рівнів професійної компетентності, що виконують завдання різної складності та виконують діяльність різних типів, по-різному.

У музичній практиці маємо можливість спостерігати за характером менеджменту та організаційної координації як у великих, так і в малих колективах, як з однорідним, так і з різнорідним інструментальним складом, аматорських та професійних, тих, які виконують музику різних жанрів і різного рівня складності. У кожному з цих випадків координаційні стратегії будуть суттєво відрізнятися, тим більше із врахуванням поточних обставин їхньої діяльності. Разом з тим, існує низка базових, спільних для всіх цих типів колективів, координаційних елементів, що забезпечують досягнення максимально якісного «ансамблю» їхньої діяльності, незалежно від ситуації.

Список використаних джерел:

1. Coase, R. H. (1988), *The Firm, the Market and the Law*, The University of Chicago Press, Chicago.
2. Rosenberg, D. (1996), 'Special Treat for Music Lovers', *The Plain Dealer*, October 21, p.9-D.
3. Williamson, O. E. (1975), *Markets and Hierarchies*, The Free Press, New York.
4. Young, D. (2004). *The Music of Management: Applying Organization Theory*, Georgia State University, University Faculty Books, Atlanta.