Мистецька фірма: естетичне управління та метафізичний маркетинг

П'єр Гіє де Монту

З діаграмами Анни Трібельгорн, рисунками П'єра Гіє де Монту та фотографіями Дженні Резер

Stanford Business Books An imprint of Stanford University Press Stanford, California 2004

Паулі

Зміст

Передмова. Ласкаво просимо до ТОВ «Діоніс» xi

Розділ 1. Вистава як естетичний мах 1

Відправні точки — естетичні театри 1

Театр-операційна 1

Театр-аудиторія 7

Фестивальний театр 11

Шиллерова стратегія маху 15

Розділ 2. Гравці естетичної філософії 21

Аудиторія: Кантова публіка 21

Філософія третього шляху 21

Піднесене та краса 23

Естетика для публіки 27

Митець: Шеллінгів творець 31

Естетика для творчості 31

Створення символів 36

Філософський геній 39

Критик: Дьюїв освітянин 43

Управління мистецтвом 43

Ринкове мистецтво 49

Естетика для демократії 56

Фахівець: Ніцшів лідер 59

Естетика для енергії 59

Махова пісня Вагнера 62

Маховий танець Наполеона 66

Розділ 3. Проблеми для мистецьких фірм 73

Гадамерова мистецька фірма 73

Подвійна дилема 79

Тотальність: імплозія мистецтва 79

Банальність: вибух мистецтва 86

Розділ 4. Метафізика — маркетинг мистецьких фірм 94

Шопенгауерова справа буття 94

Естетичне виробництво: втілення речі в собі 100

Естетичне споживання: споглядання речі в собі 104

Розділ 5. Авангардні підприємства 110

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Приклади естетичного управління 110
Байройт: Вагнерів бренд 110
«Вільний театр»: натуралістський проект Антуана 121
Театр Роботи: символістська антреприза Люньє 127
Метафізика вартості 133
Символічний надлишок Канвейлера 133
Риторичний надлишок Кандинського 140
Іманентний об'єкт Женета 148
Розділ 6. Мистецькі компанії 134
Приклади естетичного управління 154
Фестивальна фірма Давіда 154
Закулісна студія Станіславського 160
Сценічний балет Дягілєва 174
Метафізика політики 186
Винайдення природного стану 186
Розробка культур для націй 190
Лежандрове дзеркало сучасності 194
Розділ 7. Мистецькі корпорації 202
Метафізика промисловості 202
Культура для робітників 202
Природа роботи 214
Приклади естетичного управління 219
Отець Альф у демократичній індустрії 219
Мати Остен та індустріальна демократія 233
Розділ 8. Потокові фірми 247
Бойсове естетичне управління соціальною скульптурою 247
Розширення мистецтва до капіталу 247
Людський капітал, коли кожен є митцем 253
Зіммелева організаційна метафізика 262
Розділ 9. Постмодерні перформанси 269
Великий вибух у Берліні: рефілософізація третього царства 269
Приклади естетичного управління 283
Мюллерове виконання матерії 283
Вілсонове виконання форми 287
Касторфова метафізика медійного споживання 296
Берлінський боксер 296
Стокгольмський мах 304
Розділ 10. ТОВ «Діоніс»: розширення мистецької фірми 316
Естетичне управління та метафізичний маркетинг 316
Дуалізм: естетичне управління проти тоталітаризму та банальності 316
Третє: метафізика мистецької роботи 322
Вбудована мистецька фірма та її естетичні гравці 327
Дилема фахівця: виробництво та фінанси 327
Дилема митця: дизайн та реалізація 332
Дилема критика: маркетинг та культура 336
Дилема публіки: споживання та управління 339
Мистецька фірма майбутнього: естетична гра Пістолетто 347
Примітки 359
Покажчик 373
Передмова
Ласкаво просимо до ТОВ «Діоніс»

Уявіть собі мистецьку фірму, що ґрунтується на європейській філософії; підприємство, для якого мистецтво є предметом виробництва, а естетика — теорією оперативного управління. Уявіть, що виконавчим директором цієї компанії щойно став Фред Ніцше, у резюме якого зазначено ступінь магістра ділового адміністрування, здобутий під науковим керівництвом людини на ім'я Шопенгауер, а також період роботи експертом зі зв'язків із громадськістю для Байройтського фестивалю. Попри деякі свої розбіжності з Ріхардом Вагнером, гендиректором фестивалю, Ніцше все ж відгукнувся на оголошення про цю вакансію: вочевидь, його привабила світова репутація проекту.

Тепер уявіть, що відділ управління людськими ресурсами щойно очолив Йозеф Бойс… ну, той хлопець у фетровому капелюсі, — він ще виступає з лекціями в арт-просторі компанії. Новопризначений фіндиректор — геніальний Кант із Калінінграда, автор революційної ідеї про естетичну цінність, що ґрунтується на кредиті консенсусу, — очолює відділ, у якому важливу роль має і його помічник Фред Шиллер — консультант із питань управління, а за сумісництвом естетичний тренер.

Голова маркетингового відділу — Джон Дьюї, американець… хоча в ньому більше від європейця. Це надійний хлопець, що вміє спілкуватись із якими завгодно клієнтами, і ця його навичка є однією з запорук майбутнього успіху ТОВ «Діоніс», адже важливо, аби в клієнтів склалося слушне уявлення про естетику й вона не видавалася їм якимось страхітливим тоталітаризмом. Дьюї — демократ, якому млосно від самої лише думки про те, що хтось убачає між цими речами що-небудь спільне. Його сильні сторони — ґрунтовна філософська

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

освіта та прагнення, аби діяльність компанії не стосувалася жодних банальних розваг.

На відміну від інших фірм, що виготовляють усілякі матеріали, ТОВ «Діоніс» перетворює знаки й зображення на фільми й музику та навпаки. Дьюї часто зазначає, що мистецьку фірму на кшталт цієї можна вважати й філософською. Цю ідею йому підкинув Шопенгауер, який уже давно усвідомив ринковий потенціал метафізики та зазначив, що зарозумілі мудрагелі, які сидять у своїх запилених старих університетах, навряд чи здатні щось дати філософії. Ніцше більше подобається вважати, що компанія «Діоніс» створює мистецтво, хоча вони з Дьюї не марнують час на суперечки щодо розбіжностей у своїх формулюваннях. Зрештою, їхні підходи майже однакові: так чи так, головне — не товари й послуги, а виконання (*performance*), адже ТОВ «Діоніс» — це високоефективна (*high-performance*) мистецька фірма. Шиллер полюбляє називати операційну стратегію компанії словом «мах» (*Schwung*) та стверджує, що саме на цій концепції грунтується її підхід до створення мистецтва. Німецьке слово *Schwung* означає гойдання між крайніми точками; філософи-романтики вважали, що цей мах породжує естетична енергія.

Я б дуже хотів побачити ТОВ «Діоніс» у дії, проте, на жаль, ця маленька екскурсія компанією є лише витвором уяви. До цієї вигадки мене, поза сумнівом, спонукали сучасні теорії менеджменту, де застосовуються мистецькі й естетичні принципи. Якоїсь миті я вирішив, що настав час зібрати докупи матеріали моїх досліджень, які тривали вже чверть століття, ідеї моїх друзів, студентів і колег, а також деякі з моїх навчальних розробок, що з'явилися на світ упродовж моєї роботи викладачем менеджменту. Питання щодо того, як естетика створює вартість і як ефективність (*performance*) бізнесу пов'язана з перформативним мистецтвом, стали провідними як для економіки загалом, так зокрема й для майбутньої теорії управління творчими фірмами. Моє бачення пов'язане з ідеєю застосування маху в мистецькій фірмі — новому типі компанії, що ґрунтується на естетичній філософії та властивій їй своєрідній метафізиці.

Мах виробляє естетичну енергію у творчих процесах. Філософи-романтики зрештою сформулювали цілу філософію естетики, аби пояснити, що рухає людьми й спричиняє життєві коливання. Вони дійшли висновку, що реальний і практичний досвід однієї людини цілком може стати плідним ґрунтом для вирощування маху в її житті. Я замислився: якщо ми здатні генерувати цю енергію, то чи не можемо нею керувати? А якщо можемо, то як? Далі, наче на підтвердження тих висновків, яких дійшли романтики, мені згадалися три події з мого власного життя, які пробудили в мені цікавість і захоплення ідеєю керування махом. Я описую ці життєві події в першому розділі, перш ніж перейти до експрес-курсу про нове застосування старої філософії як естетичної теорії менеджменту (цьому присвячено розділи 2–4). У наступних п'яти розділах подано приклади підходів до управління з історії Франції, Німеччини, Росії та Швеції, аби продемонструвати, яким чином мистецтво може бути створено через практичне застосування естетики та метафізичного маркетингу. Нарешті, вирушимо до Італії, аби насолодитись гарним різото й вином, але насамперед аби краще збагнути принципи роботи мистецьких фірм, які виконуватимуть естетичну функцію в економіці майбутнього, де ТОВ «Діоніс» може стати звичною метафізичною дійсністю. Список рекомендованої літератури для подальшого читання можна знайти на веб-сайті видавця: www.sup.org.

Подяки

У цій книзі використано приклади з історії деяких театрів, які працювали впродовж останніх двох століть у трьох європейських країнах: Франції, Німеччині та Швеції. Дослідження Королівського драматичного театру в Стокгольмі здійснено в 1973 році за сприяння покійного Альфа Шеберга. Франк Касторф і Карл Гегеман із Народного театру в Берліні, а також Петер Вальквіст і Елізабет Ліндфорс із Стокгольмського міського театру допомогли мені у вивченні їхніх мистецьких установ у 1990-х роках. Марина Абрамович, Альберто Алессі, Даніель Бірнбаум, Кен Фрідман, Карл-Ян Гранквіст, Торстен Лія, Свен Лунд, Давід Нейман, Бу Нільссон, Рене Падт, Марія та Мікеланджело Пістолетто, Карін Потт, Мартін Рессель, Жан Селлем, Річард Стенлі, Клеменс Торнквіст, Ганс Вейль і Роберт Вілсон показали мені різні способи створення мистецтва.

Окрім моїх студентів-докторантів, академічну підтримку надали мені Горст Альбах, Томас Бей, Рут Бересон, Елізабет Блан, Даг Бйоркегрен, Івар Бйоркман, Міхаель Бокемюль, Гернот Беме, Джанет Боргерсон, Домінік Буше, Сімонетта Карбонаро, Армін Ходзінскі, Барбара Чарнявська, Клас Дальбек, Альберт Даніельссон, Мікаель Давідс, Фуат Фірат, Уле Фог-Кіркебю, Вільям Фовет, Мартін Фульсанг, Бу Герансон, Паула Гіє де Монту, Клас Густафссон, Барбара Гарріс, Гезер Гепфл, Екхард Капплер, Томас Кноблаух, Бенгт Крістенссон-Уггла, Ерік Крузе, Ромен Лауфер, Жак Лебраті, Катя Ліндквіст, Кеннет Маклауд, Марк Марковскі, Карл Ерік Норрман, Гуннар Ульссон, Сергій Орлов, Томас Полесі, Рафаель Рамірес, Альф Рен, Дагмар Рейхерт, Вілльмар Заутер, Клаус Отто Шармер, Генрік Шрат, Джонатан Шредер, Свен Ерік Шестранд, Кай Шельдберг, Річард Сотто, Метт Стетлер, Емма Стенстрем, Антоніо Страті, Алладі Венкатеш, Роланд Віла, Чарлі Варен, Рейчел Вайс, Жанетт Веттерстрем і Юдіт Вільске. Фінансову підтримку забезпечив насамперед проект *Fields of Flow*, фінансований Фондом трьохсотріччя Шведського національного банку, а також проект «Лідерство культурних підприємств», фінансований Гуманітарною дослідницькою радою суспільних наук (*HSFR*). Цінну допомогу надали Тавістокський інститут людських відносин у Лондоні, *MTC* (Інститут маркетингових наук) у Стокгольмі, керівницька освітня програма *IFL* у Стокгольмі, *Wissenschaftszentrum Berlin*, Інститут ділового адміністрування (*IAE*) в Університеті Ніцци – Софії-Антиполіс, а також галерея *Haus am Lützowplatz* у Берліні. Інтелектуальне середовище для моєї роботи забезпечили мої

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

колеги зі Школи бізнесу в Стокгольмському університеті та студенти-дослідники з моєї групи *ECAM* (*European Centre for Arts and Management* — Європейський центр мистецтв та управління), а також колеги з *CAL* (*Center for Art and Leadership* — Центр мистецтва й лідерства) в Копенгагенській школі бізнесу. Я неабияк завдячую всім, хто спонукав чи інформував мене та всіляко сприяв моїй роботі. За її результат – книгу «Мистецька фірма» – відповідальним, звісно, є лише я.

П'єр Гіє де Монту

Женева, травень 2003 р.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>