

**SPECIFICUL TEHNOLOGIILOR ART-MANAGERIALE
ÎN PROCESUL FORMĂRII PROFESIONALE A CADRELOR DIDACTICE**

Eugenia FOCA, asistent universitar,
Universitatea de Stat „Alec Russo”, Bălți, Republica Moldova

Abstract: The author directs her attention to an yet-understudied area of art-management, namely the the specificity of art-managerial technologies in the process of professional development.

Introducere. Activitatea de formare profesională a viitoarelor cadre didactice se manifestă atât în perimetrul spațiului academic, cât și în afara acestuia. Competențele profesionale ale cadrelor didactice formate și dezvoltate dincolo de pereții sălii de curs nu sunt mai puțin importante atunci când extensiile



educaționale reprezintă activități extracurriculare (mersul la muzee, excursii, spectacole, implicarea în acțiuni publice, flashmob-uri, performance art etc).

Cercetătorul român C.Cucoș subliniază că mediul care începe dincolo de sala de curs *privilegiază activismul metodic, spiritual de inițiativă și atitudinea întreprinzătoare, transdisciplinaritatea și intergralitatea dintre teorie și practică*. Este evident că potențialul educogen al activităților dincolo de sala de curs are pe lângă aportul cognitiv și un suport educațional ce asigură o dezvoltare personală și socială a studenților, o exersare a potențialului lor senzorial și volițional, o intensificare a activității colaborative [2, p. 51].

Una din ramurile managementului care valorifică potențialul educogen al artei este surprinsă în conceptul de *art-management*. Art-managementul aplică tehnici și procese de administrare ale organizației prin intermediul artei [3, 4, 5]. Acesta include desfășurarea zilnică a operațiunilor de organizare sau administrare ale instituțiilor socio-culturale. În art-management se asigură desfășurarea eficientă a activităților și se urmărește obținerea nivelului maxim de rezultate prin folosirea optimă a resurselor artei, astfel aceasta ar trebui să asigure întotdeauna libertatea și spațiul pentru a-și îndeplini rolul față de societate: să inspire idei, să reflecte problemele actuale ale unei societăți, să formeze națiunile și identitățile popoarelor, să creeze moșteniri culturale care vor fi transmise generațiilor următoare [5, 6].

Scopul art-managementului în contextul spațiului educațional constă în identificarea și multiplicarea art-tehnologiilor și resurselor educaționale existente, a metodelor inovatoare și practicilor moderne, care vor asigura funcționalitatea și dezvoltarea durabilă a mediului educațional profesional, orientat spre formarea de specialiști competitivi și de înaltă calificare. A explicita art-managementul este un scop ce depășește cu mult capacitățile și menirea acestui articol. Simplificând, vom selecta pentru perspectiva acestui articol câteva tehnologii art-manageriale, practicate în mediul universitar.

Flashmob-ul. Flashmob (pronunțat flæf mob, termen provenit din engleză *flash mob*, unde *flash* – flash, clipă; *mob* – mulțime) este o adunare foarte scurtă într-un loc public, participanții efectuând o anumită acțiune neobișnuită pentru o durată scurtă de timp (de obicei câteva minute), după care grupul se împrăștie [7]. Un flashmob este un eveniment social, manifestat printr-un grup mare de oameni care se aduna brusc într-un loc public, face ceva neobișnuit pentru o scurtă perioadă de timp, apoi se dispersează rapid [8].

Fenomenul flashmob a început în octombrie 2002, după apariția publicației sociologului Howard Rheingold „Mulțimea inteligentă: următoarea revoluție socială”, în care autorul a prezis că oamenii vor folosi noile tehnologii de comunicare (Internet, telefoane mobile) pentru auto-organizare. Conceptul de „mulțime inteligentă” (mob inteligent) a devenit fundamental pentru dezvoltarea în continuare a flashmob-urilor și a altor acțiuni similare. În iunie 2003, Rob Zazueta de la San Francisco, familiarizat cu lucrările lui Rheingold, a creat primul site pentru organizarea unor astfel de acțiuni [9].

Evidențiem că flashmob este un fenomen caracteristic orașelor, în care mulțimile se formează zilnic și fac parte din viața de zi cu zi a acestora. Flashmob-ul cumva estetizează viața orașului, fiind un fel de performance, în care intențiile autorului sunt un mister pentru spectatorul care urmează să le ghicească.

În Republica Moldova conceptul a apărut prin 2008, inițial fiind promovat ca o formă de artă stradală, mai târziu ca un mijloc de a observa reacțiile oamenilor în situații neașteptate, iar în final fiind adaptat la scopul activităților diverselor organizații.

Flashmob-urile de multe ori sunt supuse criticii, fiind considerate activități fără sens, ce pot provoca haos în stradă, campus sau ar avea un interes personal organizatorii din ele. Cu toate acestea mulți psihologi se pronunță în favoarea fenomenului de mobilizare rapidă, pentru că (într-o oarecare măsură) are un efect benefic asupra stării psihologice a participanților, îi ajută să-și depășească rigiditatea,

teama de opinia publică, își dezvoltă capacitatea de auto-organizare, permit să se familiarizeze cu oameni asemănători și să aducă diversitatea în ritmul vieții.

Flashmob e o prezentare pentru spectatori accidentali, cu scopul de a trezi sentimente de neînțelegere, interes și chiar senzații ca ceva nu este în regulă cu spectatorii înșiși. Sunt câteva principii de bază în organizarea flashmob-urilor:

- Spontanitatea acțiunii 3-5 min. (o sclipire în mulțime);
- Scenariu bine gândit din timp;
- Acțiuni efectuate cu seriozitate;
- Absența oricăror scopuri financiare, politice sau promoționale;
- Părăsirea imediată a locului acțiunii după flashmob.

Deoarece organizarea participanților flashmob-ului se realizează prin comunicare electronică (Internet sau telefonie mobilă), această tehnologie este considerată una informațională. În fiecare țară există o comunitate individuală pentru a evita neînțelegerile și conflictele în privința modului și locului desfășurării acțiunilor. Locul, timpul și acțiunea pot fi alese de către organizatori sau conform votărilor. Instrucțiunile pot fi publicate în rețea sau se anunță doar locul unde orice doritor primește instrucțiuni de la agent după ce efectuează o acțiune stabilită sau spune codul de cuvinte.

Evidențiem câteva tipologii de flashmob-uri care pot fi organizate în mediul educațional.

Tabelul 1. Tipologii de flashmob-uri

| Denumirea flashmob-ului | Obiective | Desfășurare |
|--|---|---|
| Flashmob dinamic <i>Creează rețeaua</i> | -a cunoaște numele studenților din cadrul facultății; -a iniția cunoașterea reciprocă în mediul universitar. | În holul blocului sau curtea instituției participanții flashmob-ului (moberii) întâmpină studenții și profesorii și-i îndeamnă să creeze rețeaua facultății. Pentru aceasta e necesar ca participanții să se apuce de mână, prezentându-se. |
| Flashmob Dușmanii sănătății | a promova modul sănătos de viață | Pe pereții holului instituției sunt plasate siluetele adulților (din hartie) pregătite din timp de mobberi. În jurul siluetele promoționale sunt atașate pete negre din hârtie - este ceva care amenință sănătatea noastră (alcool, tutun, droguri, etc.). Moberii înconjoară siluetele în semicerc, ca și cum s-ar uita la siluetă. După semnalul unui lider se strigă în cor „Suntem mai puternici ca toți dușmanii!” – și rup petele negre, încurajându-i pe toți participanții. Apoi se dispersează rapid în diferite direcții, fără a discuta sau amuza. |
| Flashmob-freeze <i>Pași spre Uniunea Europeană</i> | a atrage atenția spectatorilor accidentali prin lecturarea cărților, dar și a direcției “coloanelor de cititori” – acestea având vectorul spre Biblioteca instituției | Flashmobul freeze („o lume înghețată”) este o modalitate de a promova lectura, necesară tinerilor într-un mediu dinamic, flexibil, solicitant, cu oportunități de avansare, dezvoltare, călătorii, ce-l oferă Uniunea Europeană. Participanții la flashmob, au câte o carte în mână și stau în poziție statică (înghețați) timp de 4-5 minute. Ei pot sensibiliza spectatorii accidentali prin mesajele |



| | | |
|---|--|--|
| | | pe care le transmit: „Citește și află idei noi cu care să te dai deștept când vei ieși cu prietenii”, „Citește și descoperă cuvinte prin care vei face declarații de dragoste”, „Citește și învață să îți susții părerea chiar și în fața managerilor”, „Citește și avansează în carieră, în locul domnișoarei „fustă scurtă”, „Citește și plimbă-te prin Europa, all inclusive”, „Citește și deschide mintea ca să le închizi altora gura”, „Citește și demonstrează”, „Citește și evadează”, „Citește și călătorește” etc. |
| Flashmob dinamic <i>Sub umbrela educației</i> | a sensibiliza spectatorii pentru implicare în cadrul activităților din programul Zilelor Educației și Creației artistice | Participanții atrag atenția spectatorilor prin dinamica acțiunilor cu umbrele pe care le țin în diverse poziții, dar și a traseului „coloanei de umbrele” – acestea având direcții prestabilite spre toate blocurile de studii din cadrul universității. Participanții la flashmob vor sensibiliza și prin mesajele pe care le transmit despre valoarea educației și îi îndeamnă pe spectatori să participe activ în cadrul tuturor activităților din programul Zilelor Educației și Creației artistice. |
| Flashmob <i>Hora îmbrățișărilor gratuite</i> | a face oamenii să se simtă mai bine și să zâmbească | Participanții se așează în cerc cu fețele spre centru. La comanda moberului toată lumea se apleacă înainte, până se ating capetele și se apucă cu mâinile de talia vecinilor – îmbrățișând astfel grupul horii. |

Concluzii. În final, vom spune că în ultimul timp *flashmob-urile* se bucură de mai multă acceptare și de mai multă apreciere – atât din partea studenților, cât și din partea publicului general, a comunității academice în general. Flashmob-urile sunt expresia manifestării tinerilor față de orice probleme sociale ale societății moderne.

Referințe bibliografice:

1. Babias M. Nașterea culturii pop. Cluj: Ideea Design & Print, 2009.
2. Cuceș C. Educația. Experiențe, reflecții, soluții. Iași: Polirom, 2013.
3. Каминченко Д. И. Социальные медиа и организация флэшмобов: некоторые примеры формирования общественного и политического участия. В: Пространство и Время, 2014, № 3(17), с. 292-299.
4. Колбер Ф. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия. В: Арт-менеджмент, 2002, № 3, с. 3–10.
5. Новикова Г. Н. Технологии артменеджмента: учеб. пособие. Москва: МГУКИ, 2006.
6. Сумина Е.Н. Артменеджмент как социокультурный концепт. Disponibil: <https://docplayer.ru/70454776-Art-menedzhment-kak-sociokulturnyy-koncept.html> (vizitat 20.04.2018).
7. Disponibil: <https://ro.wikipedia.org/wiki/Flashmob> (vizitat 22.04.2018).
8. Disponibil: <http://flashmob.ro/> (vizitat 22.04.2018).
9. Disponibil: <http://flocksmart.com> (vizitat 23.04.2018).