

**Sztuka zarządzania, zarządzanie sztuką / Michał Szostak. – Łódź ;
Warszawa, 2023**

Spis treści

WSTĘP	11
Konteksty, luka badawcza i problem badawczy	11
Cele, tezy, pytania badawcze, hipotezy	16
Metodologia i model badawczy	21
Metodologia badania 1. Zarządzanie sytuacją estetyczną z perspektywy twórcy	26
Metodologia badania 2. Sytuacja estetyczna: perspektywa odbiorcy	31
Metodologia badania 3. Tożsamość i autopercepcja prostych osobowości twórczych	33
Metodologia badania 4. Percepcja prostych osobowości twórczych	38
Metodologia badania 5. Złożone osobowości twórcze: artysta-menedżer i artysta przedsiębiorca	40
Struktura	44
ROZDZIAŁ 1. ZARZĄDZANIE JAKO SZTUKA	47
1.1. Istota sztuki	48
1.1.1. Sztuka a twórczość	48
1.1.2. Piękno a rzeczywistość	54
1.1.3. Estetyka a etyka: wartości i kryteria	56
1.2. Istota zarządzania	59
1.2.1. Definicje i cechy zarządzania	59
1.2.2. Poziomy i funkcje zarządzania	63
1.2.3. Samozarządzanie	64
1.3. Przenikanie się granic sztuki i zarządzania	65
1.3.1. Potoczne rozumienie sztuki w zarządzaniu	65
1.3.2. Estetyka zarządzania a zarządzanie humanistyczne	68
1.4. Podsumowanie	78
ROZDZIAŁ 2. SZTUKA JAKO DZIAŁALNOŚĆ ORGANIZACYJNA	81
2.1. Zarządzanie sztuką	82
2.2. Sytuacja estetyczna	83
2.2.1. Twórca	85
2.2.2. Proces twórczy	96
2.2.3. Dzieło sztuki	99
2.2.4. Odbiorca	100
2.2.5. Proces odbioru i rola krytyki	102
2.2.6. Świat realny	104
2.2.7. Świat wartości	105

2.3. Działalność organizacyjna artysty	107
2.3.1. Samozarządzanie	107
2.3.2. Zarządzanie sytuacją estetyczną	109
2.3.3. Zarządzanie instytucją kultury	132
2.4. Podsumowanie	133

ROZDZIAŁ 3. APLIKACJA TEORII ESTETYCZNEJ W ZARZĄDZANIU **135**

3.1. Estetyzacja zarządzania	135
3.2. Metafora organizacji jako dzieła sztuki	137
3.2.1. Menedżer jako twórca	139
3.2.2. Zarządzanie jako proces twórczy	148
3.2.3. Organizacja jako dzieło sztuki	150
3.2.4. Interesariusze organizacji jako odbiorcy	151
3.2.5. Proces odbioru	153
3.2.6. Świat realny	155
3.2.7. Świat wartości	156
3.3. Podsumowanie	157

ROZDZIAŁ 4. OSOBOWOŚĆ TWÓRCZA: TOŻSAMOŚĆ I PERCEPCJA **161**

4.1. Tożsamość i jej percepcja	161
4.1.1. Tożsamość i jej typy	162
4.1.2. Napięcia tożsamościowe i myślenie paradoksalne	165
4.1.3. Kryzys tożsamości	167
4.1.4. Percepcja i jej proces	169
4.2. Osobowości twórcze proste	171
4.2.1. Tożsamość prostych osobowości twórczych	171
4.2.2. Percepcja prostych osobowości twórczych	179
4.3. Osobowości twórcze złożone	182
4.3.1. Tożsamość i autopercepcja artysty menedżera	182
4.3.2. Tożsamość i autopercepcja artysty-przedsiębiorcy	188
4.3.3. Wnioski	196
4.4. Podsumowanie	204

ROZDZIAŁ 5. KREATYWNOŚĆ W DZIAŁALNOŚCI ARTYSTYCZNEJ I MENEDŻERSKIEJ - ŹRÓDŁO, MOTYW, INSPIRACJA, IMPROWIZACJA **207**

5.1. Sztuka kreatywności	208
5.1.1. Koncepcje kreatywności	210
5.1.2. Granice kreatywności	214
5.1.3. Rola zaangażowania	216
5.2. Zarządzanie kreatywnością	218
5.2.1. Źródła kreatywności	220
5.2.2. Motywy kreatywności	222
5.2.3. Inspiracja kontekstualna	223
5.2.4. Kreatywność indywidualna i grupowa	225

5.2.5. Kreatywność zaangażowana	227
5.3. Improwizacja artystyczna	228
5.4. Forma partycypacji w sztuce a poziom artyzmu i kreatywności	233
5.4.1. Perspektywa twórcy	235
5.4.2. Perspektywa odbiorcy	235
5.5. Podsumowanie	241
ROZDZIAŁ 6. KICZ I IGNORANCJA W ZARZĄDZANIU	243
6.1. Kicz w estetyce	243
6.2. Kicz pozaestetyczny	249
6.2.1. Kicz intelektualny	250
6.2.2. Kicz edukacyjny	252
6.2.3. Kicz polityczny	253
6.2.4. Kicz społeczny	255
6.2.5. Kicz religijny	256
6.3. Kicz organizacyjny	257
6.3.1. Formy kiczu organizacyjnego	258
6.3.2. Nosiciele i propagatorzy kiczu organizacyjnego	260
6.4. Ignorancja w zarządzaniu	263
6.4.1. Teoria ignorancji	264
6.4.2. Ignorancja w sytuacji estetycznej	273
6.4.3. Ignorancja wobec estetyki zarządzania	274
6.5. Podsumowanie	275
ZAKOŃCZENIE	277
BIBLIOGRAFIA	291
SPIS RYSUNKÓW	335
SPIS TABEL	337
ZAŁĄCZNIK	339
Kwestionariusz wywiadu badania „Zarządzanie sytuacją estetyczną z perspektywy twórcy”	339