

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»

Факультет искусств
Кафедра художественного творчества и продюсерства

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
Немогай С. Н.

17.05.2023 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
Моголина М. П.

17.05.2023 г.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО)

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент*

Составитель

Орлова Т. Д., профессор кафедры художественного творчества и продюсерства
Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени
А. М. Широкова», доктор филологических наук, доцент

Рассмотрено и утверждено
на заседании Совета Института
протокол № 11 от 27.06.2023 г.

УДК 792(075.8)
ББК 85.33я73+65.498.5я73

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 10 от 10.05.2023 г.);

Макаревич А. В., завкафедрой менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент.

Рассмотрено и рекомендовано к утверждению
кафедрой художественного творчества и продюсерства
(протокол № 9 от 28.04.2023 г.)

С56 Орлова, Т. Д. Современные технологии в продюсерской деятельности (театральное искусство) : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент [Электронный ресурс] / Сост. Т. Д. Орлова. – Электрон. дан. (0,3 Мб). – Минск : Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2024. – 53 с. – 1 электрон. опт. диск (CD).

Систем. требования (миним.) : Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей) 1 ГГц ; 512 Мб оперативной памяти ; 500 Мб свободного дискового пространства ; привод DVD ; операционная система Microsoft Windows 2000 SP 4 / XP SP 2 / Vista (32 бит) или более поздние версии ; Adobe Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата pdf).

Номер гос. регистрации в РУП «Центр цифрового развития» 1182335102 от 10.07.2023 г.

Учебно-методический комплекс представляет собой совокупность учебно-методических материалов, способствующих эффективному формированию компетенций в рамках изучения дисциплины « Современные технологии в продюсерской деятельности (театральное искусство)».

Для студентов вузов.

ISBN 978-985-547-441-9

О Институт современных знаний
имени А. М. Широкова, 2024

Введение

Учебная дисциплина «Современные технологии продюсерской деятельности (музейно-галерейное дело, театральное искусство, кино, ТВ и радио)» представляет собой комплексную дисциплину, каждый из разделов которой посвящен изучению особенностей продюсирования культурных проектов в разных сферах художественной деятельности. Формирование профессиональной компетентности специалиста в области арт-менеджмента невозможно без обращения к теории и практике продюсерства как специализированной области знания и важной сферы предпринимательской деятельности. Подготовка магистра искусств в соответствии с современными требованиями предусматривает системное знание мировых и национальных духовных достижений, овладение навыками и умениями практического применения универсальных культурных моделей, идей, методов. Изучение дисциплины ориентировано на подготовку административно-управленческих кадров в аудиовизуальной сфере, сфере театрального искусства и музейно-галерейной деятельности (администраторы, менеджеры, продюсеры и др.).

Данный учебно-методический комплекс охватывает раздел, посвященный технологиям продюсерской деятельности в сфере театрального искусства. В результате его освоения магистрант должен знать современное состояние театра как вида искусства; художественные особенности создания спектакля; организацию производства театральной деятельности, механизм государственного финансирования, использование фандрейзинга и краудфандинга для добывания средств на создание проекта. Как будущий продюсер он должен уметь квалифицированно оценить творческий проект и его сметную стоимость, помочь режиссеру и постановочной группе рационально использовать финансовые средства; организовать изучение зрительской аудитории и ее предпочтений в выборе театральной продукции. Он должен овладеть методами разработки стратегии и тактики продвижения спектакля к потребителю; быть способным обеспечить технологический процесс создания проекта, грамотно организовать рекламу театрального продукта в СМИ.

Цель учебно-методического комплекса – систематизация и углубление теоретических знаний в области создания и распространения произведений театрального искусства, освоение специфики работы театрального продюсера.

Основными *задачами* учебно-методического комплекса являются следующие:

- 1) комплексно представить основные аспекты работы продюсера над реализацией театрального проекта;
- 2) обеспечить студентов информационными и методическими материалами для успешного освоения содержания учебной дисциплины;
- 3) облегчить процесс подготовки обучающихся к экзамену и поиск необходимой литературы по темам дисциплины;
- 4) способствовать развитию аналитических навыков, необходимых студентам в дальнейшей профессиональной деятельности.

Учебная дисциплина предусматривает проведение занятий в трех формах – лекционные, семинарские и практические занятия. В связи с этим процесс изучения учебного материала построен на применении следующих методов обучения:

работа с информационными ресурсами – составление конспекта, глоссариев или понятийных словарей, связанных со специальной терминологией в области театра и театрального продюсирования, подготовка выступления на семинаре;

аналитическая работа – анализ спектакля или театрального предприятия с точки зрения продюсерских технологий; анализ нормативных актов и документации, с которой работает продюсер.

Для реализации подобной системы организации учебного процесса разделы данного учебно-методического комплекса включают следующие материалы:

пояснительная записка – содержит сведения о цели и задачах изучения учебной дисциплины, рекомендации по организации работы с данным учебно-методическим комплексом;

теоретический раздел – содержит краткий конспект лекций с уникальным авторским стилем подачи и обобщением собственного опыта автора учебно-методического комплекса в области театрального искусства;

практический раздел – содержит задания для семинарских (список тем для семинарских выступлений) и практических занятий (аналитические задания с сопровождающим методическим материалом), а также краткий понятийный словарь;

раздел контроля знаний – содержит задания для организации самостоятельной работы студентов, примерный перечень вопросов к экзамену;

вспомогательный раздел – содержит учебную программу дисциплины «Современные технологии продюсерской деятельности (музейно-галерейное дело, театральное искусство, кино, ТВ и радио)» и списки основной и дополнительной литературы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Конспект лекций

Тема 1. Театр как творческое и хозяйственное предприятие. Необходимость поиска спонсоров

Начну издалека. Театр – это работа или досуг. О работе будем говорить позже. Сначала о том, что такое *досуг*.

Существует много разнообразных понятий современного досуга. Наиболее значительные из них: деление досуга на деятельный; ежедневный, еженедельный, отпускной, праздничный; домашний и внедомашний; индивидуально организованный и коллективно организованный.

Под досугом принято понимать время, свободное от профессиональной занятости и домашних обязанностей.

Виды деятельности человека в свободное время можно условно разделить на три группы:

- а) просто отдых: игры, развлечения, созерцание и т. д.;
- б) просвещение: усвоение, потребление культурных ценностей;
- в) творчество: техническое, научное, художественное.

Остановимся на творчестве. Театр – это форма досуга и творчество. Более того, театр – это не только творчество, но и производство. При этом театральное производство по сравнению, скажем, с промышленным или сельскохозяйственным не столь уж сложное. Во всяком случае, не следует его гипертрофировать, когда речь идет о налаживании хозяйственного механизма в театральном деле. Театральное производство обладает всеми чертами индустриального производства: театр «тиражирует» свою продукцию, имеет довольно значительный производственный коллектив, включающий основных и вспомогательных работников, административно-управленческий персонал, «конструкторское бюро» во главе с главным режиссером и, наконец, производственную

базу. Такие технократические аналогии нисколько не унижают театральную музу.

Где есть производство, там есть и экономика. Экономическая наука, вопреки расхожему мнению неспециалистов, занимается не «железками», не темпами выплавки чугуна и стали, а отношениями между людьми в производственном процессе или по поводу этого процесса. И одна из важнейших разновидностей этих взаимоотношений – отношения между управляющими и управляемыми. Для государственного театра это отношения между государством и театральным коллективом. Система управления хороша тогда, когда общественный интерес воспринимается каждым участником производства как групповой или даже личный. Возможна ли такая гармония? Да, при выполнении двух условий. Во-первых, управляющий должен точно знать, чего он хочет от подчиненных. Во-вторых, он обязан уметь доводить свое задание до исполнителей.

Лаконизм главного экономического требования к государственному предприятию – рост доходности или уменьшение убыточности. Некоторые сгоряча могут обвинить экономистов в узости мышления: вам главное – погоня за рублем, а разве это возможно в искусстве, да еще на идеологическом фронте? Но не будем спешить с наклеиванием ярлыков. Прибыль – это разница между выручкой и расходами. Если зритель не входит в театр, то не будет выручки. Между прочим, не будет и идеологического воздействия на зрителя, которого нет в зале. Значит, прибыль требует активной борьбы за зрителя.

Сегодня в Беларуси 29 театров государственных, входящих в систему Министерства культуры: 2 – музыкальных, 20 драматических, 7 – театров кукол. Многие из них носят названия академических и заслуженных коллективов. Некоторые театры прямо и непосредственно подчиняются Министерству культуры. Часть театров еще подчинены местным областным властям и могут считаться муниципальными. Во втором случае коллективы дополнительно финансируются из местных бюджетов.

В нашей стране имеются следующие источники финансирования:

- 1) государственная дотация;
- 2) кассовый сбор;
- 3) доходы от программ и платных услуг.

Отечественный государственный репертуарный театр является «ноу-хау» советской системы. Нигде в мире такого нет. Экономическая деятельность белорусских театров идет, как было указано, по двум направлениям:

- стабильный стационарный репертуарный театр;
- хозрасчетное предприятие рыночного типа.

Какая модель лучше? Ни та, ни другая. Идеальное решение проблемы: государственная дотация плюс хозяйственная свобода. Что хорошо в государственном регулировании:

- кадровый отбор;
- социальная защита творческой личности;
- воспитательные, просветительские цели.

Что плохо в свободной рыночной экономике? Убежденность, что все, что приносит деньги, полезно.

Тема 2. Финансирование театральной деятельности из госбюджета и применение технологии фандрайзинга

До 1989 года единственным источником финансирования театров в нашей стране был госбюджет – выдавалась дотация, которая шла на покрытие плановых убытков. Театр во всем мире относится к некоммерческой сфере, заведомо убыточной. Даже среди бродвейских театров лишь 15 % прибыльные, да и то не за счет кассовых сборов, а за счет продажи авторских прав, атрибутики и символики, прочих видов «сопутствующей» деятельности. От искусства все ждут прибыли, а театры практически никогда не могут быть прибыльными, и этого нигде в мире нет!

До 1986 года процент кассового сбора в наших театрах был высок – до 50 %. После девяностых годов стал стремительно сокращаться и упал до 5–10 %. Тогда театрам было разрешено иметь альтернативные источники финансирования, т. е. спонсоров, – государство перестало быть здесь монополистом. Но надо еще уметь использовать эту свободу, надо уметь найти эти источники, а людям искусства, привыкшим витать в эмпиреях, это очень трудно. Ведь многие наши творцы привыкли питать презрение к «прозе жизни», к деньгам. На Западе каждый художник умеет их считать.

Финансовый кризис одинаково затронул все население страны: инфляция, рост безработицы, дорожание жизни... Что же касается театрального цеха, то тут у всех по-разному. Кто научился зарабатывать, тот последствия этого кризиса преодолевает уверенней и без особых потерь. Если ориентироваться на коммерческий успех, экономическое выживание и прибыль, надо делать художественные уступки. Если же театр последовательно проводил в жизнь свои художественные и гуманистические принципы, то, рано или поздно, он оказывается на грани финансового краха.

Сегодня в зарубежных странах лишь единичные театры получают дотацию от государства. Абсолютное же большинство театральных коллективов в силу пожертвований. В США учрежден Национальный фонд искусств, призванный обеспечивать дотацией неприбыльные организации и отдельных лиц, занятых творческой работой и исполнительским искусством во всех областях художественной деятельности.

В современном белорусском обществе профессиональные театры получают дотацию из государственного бюджета. Размер ее постоянно колеблется. Недостаток средств вынуждает театры коммерциализировать свою деятельность. Она осуществляется в единстве двух регуляторов производства – плана и хозрасчета. При этом хозрасчет в театре имеет свою специфику.

Сегодня театральные коллективы ведут свою экономическую деятельность по двум путям. Один – *стабильный стационарный театр*, где все регламентировано. Другой – *хозрасчетное предприятие*, ориентированное на рынок.

Следует отметить, что театр никак нельзя «втиснуть» в жесткие рамки даже самой совершенной модели. Очень многое в театральном организме непредсказуемо, поэтому хорошо зарекомендовала себя следующая система финансирования: получение государственной дотации и некоторая хозяйственная свобода для стимулирования заинтересованности. К государственному материальному и целевому регулированию относится жесткий кадровый отбор и социальная защита творческой личности. При этом государственная дотация подразумевает и вполне конкретную договоренность о направленности, качественности, эффективности спектакля. Сегодня этот процесс регулируется идеологическими установками.

Экономическая ситуация, конечно, не способствует сегодня решению многих проблем в театре: скажем, развитию театров-студий, без которых немислимо движение в искусстве. Нет пока возможностей для создания информационно-поисковой системы в театре – компьютерной актерской биржи. Не устарели знаменитые слова шекспировского Гамлета о бродячих артистах: «Накормите их получше». Театр всегда был и остается зеркалом времени. Театры, кстати, так плохо живут сегодня потому, что люди состоятельные ими почти не интересуются. Они слишком заняты бизнесом, и им некогда два часа «работать» душой в зрительном зале. Но приведем пример Японии. Культура для них – как воздух. Они искусством продлевают себе жизнь. Это закреплено в их системе образования – школьники обязательно должны посещать культурные мероприятия. У нас в стране важность искусства пока не осознается в должной мере. Совсем отмахнуться от культуры неудобно – быть некультурным непрестижно, но и помогать мало кто стремится. Конечно, можно прожить и без театра.

Какие действия предпринимаются для улучшения существующего положения на постсоветском пространстве? Не следует думать, что государство совсем не интересуется жизнью театра. Еще в СССР была разработана программа государственной поддержки театров.

Вот эта программа:

- а) сохранение лучших традиций репертуарного театра;
- б) осуществление систематической гастрольной деятельности, способствующей сохранению единого культурного пространства страны и стран СНГ;
- в) создание условий для необходимого кадрового обновления творческих коллективов театров, создание системы социальной защиты их работников;
- г) расширение практики государственных заказов на создание новых драматургических произведений и театральных постановок, в том числе для детей и юношества;
- д) разработка комплекса мер по привлечению внебюджетных средств для поддержки театрального искусства;
- е) осуществление в установленном порядке целевых наборов в высшие образовательные учреждения искусства;
- ж) поддержка ведущих театральных периодических изданий;
- з) внесение предложений по совершенствованию системы социальной защиты работников театров с учетом специфики их профессиональной деятельности.

Тема 3. Построение новых экономических моделей культуры для определения факторов, влияющих на продвижение театрального продукта

«Не в деньгах счастье, а в их количестве», – заметит остролов и будет не прав, потому что живут еще среди нас люди, которые сознательно готовы работать несмотря на нищенскую зарплату. Среди них – учителя и врачи, санитарки и нянечки в детских садах, библиотекари и... артисты.

Беда театра, что у нас нет спонсоров. И дело не в том, что не хотят быть меценатами. Спонсорство очень накладно: оказать благотворительную помощь можно только из прибыли, которая, как известно, облагается очень большими налогами. Благотворительность наказуема, вот и нет стимула. Нет никаких

налоговых льгот. Театры в Беларуси наравне с магазинами, фирмами и т. п. платят все налоги. А их немало.

Следующая убийственная позиция – аренда. Так сложилось, что даже в столице катастрофически мало сценических площадок. Те, что есть, фактически находятся в монопольном ведении. Надо либо строить, либо переоборудовать. И то, и другое – непосильные затраты для творческого коллектива.

Нет у нас и таких специалистов, как продюсеры. Во многих российских театрах уже появились менеджеры по рекламе, люди, которые занимаются поиском, сбором денег.

Наконец, театр в Беларуси уравнивали с промышленным производством. Раньше театром руководили два человека – директор и художественный руководитель. Обоих назначало министерство культуры. Сейчас главный – директор, он может снять худрука, объявить ему выговор, может, не спросив последнего, взять артиста на работу, уволить, выбрать спектакль для постановки.

Проблемы отражают сложившуюся печальную ситуацию. После долгих рабочих однообразных дней люди хотят получить эмоциональное наслаждение. Одним из мест, где они могут это сделать, несомненно, является театр. Они идут туда в поисках спасения, отдохновения, но в наши дни, как видно, и сам театр сталкивается со многими проблемами.

Когда в белорусской столице гастролировал знаменитый Театр-студия Олега Табакова, мэтр признался, что по своим экономическим взглядам он рыночник: считает, что ходить в театр и не платить за это – неестественно, а дешевые билеты – это неграмотность театрального менеджмента. Тем не менее, он продает дешевые билеты на самые популярные спектакли. Кроме того, из 110 зрителей каждый вечер бесплатно смотрят спектакль от 30 до 50 человек.

Социальное бытие театра разворачивается как минимум в трех измерениях: «искусство – неискусство», «зритель – сборы», «прибыль – убыток». Конкретное сочетание этих шкал дает множество возможных типов социального поведения театра. Идеальной является деятельность «искусство – зритель – прибыль», допустимой – «искусство – зритель – убыток», остальные же – соци-

ально неодобряемые. При этом интерес театроведа концентрируется на изучении проблем театра по шкале «искусство – неискусство», внимание социолога привлечет шкала «зритель – сборы», а экономист проанализирует причины, обуславливающие разброс театров по шкале «прибыль – убыток».

Вместе с тем, эффективное ведение театрального хозяйства и по сей день зависит преимущественно от практического опыта администрации и интуиции худрука. Объясняется это тем. Что природа искусства театра, которое существует «здесь, сейчас, сегодня», имеет своим художественным результатом спектакль, «потреблять» который возможно только в процессе производства.

Подведем итог, обратив внимание еще раз на важные экономические модели. Тарифные ставки. Трудовые договора. Изменение методов управления деятельностью театра. Формирование целевого капитала. Ценообразование (билеты). Возможность совместительства на условиях трудового договора.

Тема 4. Спектакль как конечный продукт театральной деятельности и его продюсерское продвижение

В создании спектакля участвуют:

- автор пьесы (современные авторы по контракту получают гонорар);
- режиссер-постановщик;
- художник-оформитель;
- создатель костюмов;
- звукооператор;
- осветитель;
- артисты – исполнители ролей.

Важнейшими сегментами для продвижения спектакля является наличие литературной части театра.

В связи с этим к числу ближайших задач по улучшению экономической ситуации в театрах необходимо сделать следующее:

- учить менеджменту и продюсерству;

- обучить директоров и администраторов современной экономической грамоте;

- найти способы финансирования студий и экспериментальных мастерских как резерв для обновления;

- проводить через экспертные советы госзаказы Министерства культуры, чтобы такие спектакли были не только нужными, но и интересными публике.

Спектакль как конечный продукт театральной деятельности есть художественная ценность, которая создается живым, уникальным трудом артистов. Любые попытки игнорировать уникальность как сущность искусств имели своим плачевным результатом увеличением объема выпущенной продукции при неизбежной ее стандартизации.

К числу независимых факторов, влияющих на общую тенденцию постоянного удорожания театрального производства, относятся:

- 1) рост стоимости материальных затрат на создание спектакля;

- 2) рост заработной платы работников театра;

- 3) увеличение расходов на содержание и ремонт зданий.

Таким образом, постоянный рост расходов театров требует соответствующего источника компенсации. Может ли им быть цена на театральные билеты? В принципе не может, ибо выше известной нормы ее поднимать нельзя. Цель государства – сделать театры доступными широким массам – подкреплялась всегда системой скидок для некоторых групп населения (пенсионеров, инвалидов, детей). Сегодня театрам разрешено самостоятельно устанавливать цены на билеты, но они не могут быть выше той планки, при которой становятся недоступными. Между тем в Беларуси пока одни из самых дешевых театральных билетов.

Таким образом, кратко в специфику театрального языка входят:

- использование цифровых технологий;

- лидерство режиссера;

- сегменты медиаиндустрии для продвижения спектакля;

- особенности конкретной модели в стратегии продвижения продукта.

Тема 5. Продюсерская стратегия поиска грантов, субсидий под проект.

Краудфандинговые платформы

Все театры, так или иначе, сталкиваются с дефицитом выделяемых средств, а также с необходимостью выискивать данные средства без помощи финансирования из бюджетов разных уровней.

В области финансирования театров требуется абсолютно иная концепция отношений, которая могла бы быть жизнеспособной в условиях новой финансово-хозяйственной системы. Именно поэтому продюсерская стратегия особенно актуальна на сегодняшний день. В Бюджетном кодексе Республики Беларусь рассматривается порядок, который учитывает ряд недостатков системы, сложившейся на сегодняшний день.

Сегодня следует учесть новые условия:

- региональную дифференциацию цен и оплаты труда;
- самостоятельность бюджетов различных уровней;
- рыночное ценообразование;
- творческий контроль при подготовке проекта;
- продакшн (надзор);
- постпродакш (доведение проекта до конца).

Следует помнить, что целями любых проектов в театральной сфере являются:

- определение менеджмента в системе определенной отрасли, на которую направлен проект, в сегодняшних условиях;
- поддержка талантливой, способной, инициативной молодежи.

Театры имеют возможность привлекать дополнительные средства за счет услуг, предоставленных платно, если это предусмотрено уставом. Также средства могут быть получены привлечением целевых взносов или добровольных пожертвований физических и юридических лиц.

Дополнительные источники финансирования театров формируются благодаря:

- предпринимательской деятельности данной организации;
- взаимодействия с физическими и юридическими лицами, которые способны реализовать действия, направленные на обеспечение театров финансовыми ресурсами, либо осуществляющие спонсорскую деятельность.

Исходя из изложенного, можно заключить, что основными проблемами финансирования театров являются:

- средств, выделяемых государством из бюджетов, часто не хватает для финансирования предприятия;
- средства расходуются нерационально в связи с низкой заинтересованностью распорядителя в эффективном их использовании;
- средства учреждения расходуются сверх лимита, что создает кредиторскую задолженность.

Для решения данных проблем необходимо:

- увеличить мотивацию в эффективном применении средств бюджета;
- оптимизировать существующую сеть получателей средств из бюджета;
- постепенно перейти к другим формам финансового обеспечения театров;
- разработать такую систему финансирования театров, которая бы могла быть менее зависимой от бюджетных ресурсов.

2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2.1. Задания для семинарских занятий

Примерный перечень тем для выступлений

1. Роль и задачи менеджмента в инфраструктуре современного театрального искусства.
2. Специфика театра как вида искусства.
3. Классический театральный продукт. Примеры из истории театра.
4. Современный театральный продукт.
5. Антитеатр.
6. Постсоветский театр.
7. Постдраматический театр.
8. Технологии кинематографа в создании спектаклей XXI века.
9. Театральные фестивали как способ продвижения произведений театрального искусства.
10. Продюсерская стратегия поиска грантов и субсидий под проект.
11. Специфика продюсерской деятельности в белорусском театральном искусстве.
12. Особенности продюсирования в театре (на примере российских продюсеров).
13. Пресс-показы как новая форма продвижения спектакля до его эксплуатации.
14. Авторские права и авторские договоры.

2.2. Задания для практических занятий

Занятие № 1. Спонсорский пакет.

На основе изложенных ниже параметров составить характеристику спонсорского пакета театра на выбор (Национальный академический драматический театр имени М. Горького, Национальный академический театр имени Янки Купалы, Республиканский театр белорусской драматургии).

Спонсорский пакет – это полный комплект юридических, финансовых и программных документов, который дает возможность потенциальным спонсорам выбрать статус своего присутствия в проекте, уяснить свои информационно-рекламные возможности и, самое главное, финансовые затраты.

Спонсорский пакет включает в себя:

- описание проекта и его идеи с акцентом на деталях, наиболее важных для спонсора, дается оценка значению проекта для города (региона, страны) и нужных спонсору социальных групп;
- программу с информацией о месте и времени события, сценарии, графике; перечисление авторов, организаторов и участников проекта;
- указания о поддержке проекта государственными структурами, авторитетными учреждениями науки, культуры, благотворительными фондами, известными и уважаемыми людьми. Копии официальных решений, рекомендательных писем, обращений и т. д.;
- бюджет: максимальную и минимальную стоимости проекта, расходы организаторов (постатейно) и расходы, которые необходимо покрыть за счет спонсорских взносов;
- в зависимости от объема поддержки в рамках любого проекта существует несколько категорий статусов спонсора и, следовательно, различные спонсорские пакеты;
- наиболее подробную часть спонсорского пакета – полный перечень предоставляемых спонсору рекламных и информационных возможностей со-

гласно выбранному статусу; в этой части спонсорский пакет должен включать в себя также медиаплан, который требует не менее внимательного ознакомления, чем бюджет;

- прогноз спонсорского эффекта: потенциальное количество участников, посетителей, зрителей и т. д.; расчет прямого воздействия рекламы; аудиторию СМИ; возможный общественный, культурный, политический резонанс; результат оценивается в сравнении с намеченными ранее целями;

- одну из новых услуг спонсоринговых агентств – привлечение в качестве спонсоров официальных старохвщиков мероприятия, сумма страховки является предметом договоренностей: страховщик может выступит спонсором на всю стоимость своих услуг или на их часть;

- еще одну новую услугу – регистрацию авторских прав: спонсоринговые агентства, как правило, настоятельно рекомендуют организаторам заключать соответствующие договоры, регулирующие авторские права на проект или его отдельные компоненты.

Занятие № 2. Анализ эффективности фандрейзинга театра.

На основе изложенных ниже параметров проанализировать фандрейзинговую стратегию театра на выбор (Национальный академический драматический театр имени М. Горького, Национальный академический театр имени Янки Купалы, Республиканский театр белорусской драматургии).

Формы, методы и способы фандрейзинга.

Технология фандрейзинга довольно сложна при ее изучении и применении важен как отечественный, так и зарубежный опыт. Как организован сбор частных пожертвований в среднем американском городе? И как этому способствует работа с добровольцами и организация связей с общественностью? Американцы накопили уникальный опыт сбора ресурсов.

Они имеют универсальный набор форм, методов и способов по сбору частных пожертвований. В него, как минимум, входят: *почтовые рассылки,*

благодарности, ежегодный отчет, ящики и специальные места для сбора пожертвований, индивидуальные пожертвования и завещательные дарения. Советы учредителей и попечителей, видеофильмы, отчисления из заработной платы, веб-страницы и акции по сбору частных пожертвований. Почтовые рассылки предложений о пожертвовании встречают вас на каждом шагу. Постепенно вы к ним привыкаете, и уже с первого раза можете отличить почти стандартный конверт от остальной почты. И, тем не менее, это один из самых распространенных и эффективных инструментов фандрейзера США.

Поскольку в Беларуси в настоящее время не существует ни специалистов в этой области, ни самой области фандрейзинга, рассмотрим, как он работает в России.

Профессиональное фандрейзинговое движение в России началось с лета 2000 года. Тогда в десятках городов страны активизировался национальный фандрейзинг, чему во многом способствовало то, что ресурсные центры и некоммерческие организации провели огромное количество акций и кампаний по сбору частных пожертвований.

У любого профессионального фандрейзера, работающего в некоммерческой организации, существует свой набор методов или инструментов по привлечению ресурсов. В его комплект, как минимум, могут войти: *письма к спонсорам, партнерские проекты, заявки на гранты, ящики для сбора пожертвований, разовые акции прямого сбора пожертвований, квитанции в банке, членские взносы, статьи в газете, деньги из бюджета, платные услуги и предпринимательская деятельность.*

2.3. Глоссарий основных терминов

Автор – гражданин, творческим трудом которого создано произведение науки, литературы и искусства.

Авторский договор – договор о создании или условиях использования охраняемых авторским правом произведений.

Авторское вознаграждение – оплата труда автора за создание или использование его произведения.

Авторские права – интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства.

Бизнес-план – подробный, четко структурированный и тщательно подготовленный документ, описывающий, к чему стремится организация, как она предполагает добиться поставленных целей и как будет выглядеть после их достижения.

Благотворительная деятельность – деятельность по бескорыстной (безвозмездной или на льготных основаниях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки.

Благотворительная организация – некоммерческая организация (негосударственная и немунципальная), созданная для осуществления благотворительной деятельности в интересах общества в целом или отдельных категорий лиц.

Бюджет – форма образования и расходования фонда денежных средств, предназначенных для финансового обеспечения задач и функций государства и местного самоуправления.

Грант – целевые средства, предоставляемые на безвозвратной, бесприбыльной основе.

Должностные обязанности – описание функций, которые возлагаются на работника с учетом сложности работ.

Дотации – межбюджетные трансферты, предоставляемые другому бюджету на безвозмездной и безвозвратной основе без условий их использования.

Заработная плата – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также компенсационные и стимулирующие выплаты.

Затраты – экономический показатель, характеризующий расходы организации на оплату материальных, трудовых, финансовых, природных и других ресурсов, связанных с деятельностью.

Инвестиции – вложения в основные средства (объекты капитального строительства).

Интеллектуальные права – права на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг (право на фирменное наименование, товарный знак и знак обслуживания, на наименование места происхождения товара, на коммерческое обозначение).

Инфраструктура культурной деятельности – взаимосвязанный комплекс организаций, направлений деятельности и механизмов, обеспечивающий взаимодействие участников культурной деятельности.

Исполнитель – гражданин, творческим трудом которого создано исполнение – артист-исполнитель (актер, певец, музыкант, танцор или другое лицо, которое играет роль, читает, декламирует, поет, играет на музыкальном инструменте или иным образом участвует в исполнении произведения литературы, искусства или народного творчества, в том числе эстрадного, циркового или кукольного номера), а также режиссер-постановщик спектакля и дирижер.

Кредит – ссуда в денежной или натуральной форме на условиях возвратности и соблюдения определенного срока, предоставляемая одним юридическим или физическим лицом – кредитором – другому лицу – заемщику.

Лизинг – предоставление в финансовую аренду основных производственных фондов на длительный период.

Лимит – ограничение, предельное количество или предельная норма чего-либо (лимит бюджетных обязательств, лимит отпуска материалов и т. д.).

Лимит бюджетных обязательств – объем прав в денежном выражении на принятие бюджетным учреждением бюджетных обязательств и (или) их исполнение в текущем финансовом году.

Лицензия – специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю.

Меценатство – разновидность благотворительной деятельности в сфере культуры, науки и образования.

Минимальная заработная плата – устанавливаемый федеральным законом размер месячной заработной платы за труд неквалифицированного работника, полностью отработавшего норму рабочего времени при выполнении простых работ в нормальных условиях труда.

Налог – обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Некоммерческая организация – организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

Оклад (должностной оклад) – фиксированный размер оплаты труда, работника за исполнение трудовых (должностных) обязанностей определенной сложности за календарный месяц без учета компенсационных, стимулирующих и социальных выплат.

Оклад базовый (базовый должностной оклад), базовая ставка заработной платы – минимальный оклад (должностной оклад), ставка заработной платы работника государственного или муниципального учреждения, осуществляющего профессиональную деятельность по профессии рабочего или должности служащего, входящих в соответствующую профессиональную квалификацион-

ную группу, без учета компенсационных, стимулирующих и социальных выплат.

Оплата труда – система отношений, связанных с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами, коллективными договорами, соглашениями, локальными нормативными актами и трудовыми договорами.

Планирование – одна из важнейших частей системы хозяйствования, включающая разработку, реализацию планов и контроль их выполнения.

Попечительский (наблюдательный) совет – орган управления, осуществляющий надзор за деятельностью некоммерческой организации, принятием другими органами управления решений и обеспечением их исполнения, использованием средств, соблюдением законодательства.

Самоокупаемость – способ осуществления финансово-хозяйственной деятельности, при котором все расходы по воспроизводству покрываются за счет собственных источников.

Совместительство – выполнение работником помимо своей основной другой регулярно оплачиваемой работы на условиях трудового договора в свободное от основной работы время.

Совмещение профессий (должностей) – выполнение работником в течение своего рабочего времени наряду со своей основной работой, обусловленной трудовым договором, дополнительной работы по другой профессии (должности).

Спонсор – лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности.

Тарифная ставка – фиксированный размер оплаты труда работника за выполнение нормы труда определенной сложности (квалификации) за единицу времени без учета компенсационных стимулирующих и социальных выплат.

Учредитель – основатель организации, участвующий в образовании имущества юридического лица и принявший на себя обязательства согласно учредительным документам.

Фандрейзинг – деятельность, направленная на привлечение в некоммерческий сектор дополнительных финансовых и иных ресурсов.

Ценообразование – процесс формирования и изменения цен, определение их уровней, соотношений, структуры.

3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

3.1. Задания для самостоятельной работы студентов

1. Работа с литературой (составление конспекта, глоссария или понятийного словаря, связанного со специальной терминологией в области театра и театрального продюсирования).

2. Посещение и анализ спектакля с точки зрения продюсерских технологий.

3. Анализ документов и нормативных актов в области организации продюсерской деятельности в Республике Беларусь.

3.2. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Театр как форма творчества и как производство
2. Спектакль как культурный продукт: создатели, сценарий, исполнители
3. Экономические аспекты функционирования театра
4. Современные источники финансирования театра
5. Фандрайзинг как способ финансирования театра
6. Спонсорство и краудфандинг в финансовом обеспечении работы театра
7. Функции продюсера, директора и художественного руководителя в театре
8. Современные методы управления деятельностью театра
9. Технологии продвижения театральной постановки
10. Участие продюсера в реализации театрального проекта на этапе продакшна
11. Роль продюсера в реализации театрального проекта на этапе постпродакшна

4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

4.1. Учебная программа

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В условиях развития рыночной экономики продюсерская деятельность оказывает всё большее воздействие на все сферы человеческой деятельности. Продюсерство на современном этапе становится самостоятельным видом деятельности, значимость которого в условиях активного развития художественного рынка и постепенной интеграции Беларуси в мировое культурное пространство все более возрастает.

Подготовка магистра искусств в соответствии с современными требованиями предусматривает системное знание мировых и национальных духовных достижений, овладение навыками и умениями практического применения универсальных культурных моделей, идей, методов.

Учебная дисциплина «Современные технологии продюсерской деятельности» занимает важное место в современной структуре магистерского образования прикладного культурологического блока. Формирование профессиональной компетентности специалиста в области арт-менеджмента невозможно без обращения к теории и практике продюсерства как специализированной области знания и важной сферы предпринимательской деятельности. Развитие современного арт-рынка и соответствующей индустрии вызывает необходимость различных видов продюсерской деятельности (продюсерство в театре, кино и в галерейном бизнесе, в СМИ). Данная программа ориентирована на подготовку административно-управленческих кадров в аудиовизуальной сфере, сфере театрального искусства и музейно-галерейной деятельности (администраторы, менеджеры, продюсеры и др.).

Цель курса – систематизация и существенное углубление теоретических знаний в области арт-менеджмента, создания и распространения произведений

искусства, аудиовизуальных произведений, создания и реализации культурных проектов, формирование у будущих специалистов устойчивой потребности в творчестве, нацеленного на организацию, управление и обогащение новыми идеями художественной сферы.

Задачи дисциплины предполагают изучение:

- особенности предпринимательской деятельности в аудиовизуальной, театральной, музейно-галерейной сфере;

- место и роль продюсера в процессе производства и проката фильмов и другой аудиовизуальной продукции, организации выставочных и театральных проектов;

– три стороны арт-менеджмента (художественно-творческая, организационно-предпринимательская, финансово-экономическая);

– взаимодействие продюсера с различными структурами и участниками процесса.

В соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры, выпускник должен уметь решать разнообразные профессиональные задачи.

В области **организационно-управленческой деятельности:**

разработка стратегий развития кино- и телевизионных, театральных и музейно-галерейных организаций и их отдельных подразделений;

руководство подразделениями кино- и телевизионных, театральных и музейно-галерейных предприятий и организаций разных форм собственности;

организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

организация и обеспечение творческо-постановочного и технологического процесса подготовки, съемок, монтажа и звукового оформления аудиовизуального произведения, а также его продвижение в кино- и телеаудиторию;

осуществление руководства процессом создания и реализации творческих проектов в аудиовизуальной, театральной, музейно-галерейной сфере;

объединение и направление творческо-производственной деятельности авторов аудиовизуального произведения и других его создателей;

использование в процессе создания аудиовизуального произведения всего спектра творческо-постановочных и технических возможностей экранных технологий.

аналитической деятельности:

поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в аудиовизуальной, театральной и музейно-галерейной сфере;

анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

проведение оценки эффективности кино- и телепроектов, музейно-галерейных и театральных проектов с учётом фактора неопределённости;

научно-исследовательской деятельности:

организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчётов по теме исследования;

разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

выявление и формулирование актуальных научных проблем;

подготовка обзоров, отчётов и научных публикаций;

педагогической деятельности:

преподавание управленческих и киноведческих дисциплин, разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования;

преподавание основ мастерства продюсерской профессии и смежных с ней дисциплин в учебных учреждениях высшего и среднего профессионального

образования, а также в рамках образовательных программ повышения квалификации и переподготовки специалистов,

способствование развитию у учащихся самостоятельности, независимого от преподавателя мнения, способности к самообучению на протяжении всей творческой карьеры, сознательного и адекватного отношения к профессиональной деятельности, воспитанию художественного вкуса.

Выпускник магистратуры, прослушавший и освоивший курс «Современные технологии продюсерской деятельности», должен:

знать:

теорию и практику продюсирования кино, телевидения, музейно-галерейной и театральной деятельности;

современное состояние аудиовизуальной сферы, ее жанровое и тематическое наполнение и художественные особенности составляющих ее областей; основные направления развития и функционирования кино, телевидения, театров, музеев, галерей, центров современного искусства; основные элементы построения систем кинематографии, телевидения, театра, музеев, галерей, центров современного искусства;

организацию производства аудиовизуальной продукции; технику, технологию и организацию создания кино-, теле- и видеопродукции; творческие и производственно-технологические особенности специальных видов съемок; механизмы государственного регулирования и государственной поддержки кинематографии и телевидения;

особенности организации производственного процесса создания игровых, неигровых, анимационных и многосерийных телевизионных фильмов; зарубежный опыт организации кинопроцесса; организацию производства фильмов, создаваемых совместно с зарубежными кино- и телестудиями;

современное состояние театра как вида искусства, художественные особенности создания спектакля;

организацию производства театральной деятельности;

механизм государственного финансирования; использование фандрайзинга и краундфандинга для поиска средств на создание проекта.

уметь:

инициировать творческие идеи художественных проектов в области кинематографии, радио, телевидения, театров, музеев, галерей, центров современного изобразительного искусства; разрабатывать вместе с авторами аудиовизуального произведения творческо-постановочную концепцию кино- и телепроекта, оптимальную тактику его подготовки и реализации; давать квалифицированную оценку творческим проектам; анализировать и решать организационно-творческие проблемы в целях создания наиболее благоприятных условий для процесса производства; определять оценку постановочной сложности проекта и его сметной стоимости; оценивать степень возможного риска; принимать решения по наиболее рациональному использованию ресурсов; осуществлять контроль соответствие снимаемого материала принятой художественной концепции фильма, телевизионного проекта, утвержденному режиссерскому и литературному сценарию и постановочному проекту фильма; организовать комплекс мероприятий по изучению и мониторингу кинорынка с целью создания аудиовизуальной продукции на основе имеющегося спроса и эффективного продвижения готового фильма потребителю;

квалифицированно оценить творческий проект и его сметную стоимость; организовывать изучение зрительской аудитории, ее предпочтений в выборе театральной продукции.

владеть:

методами анализа произведений литературы и искусства; методиками разработки бизнес-плана, маркетинговой стратегией и тактикой; методами планирования и управления творческо-производственным процессом; навыками подбора творческого и производственно-технического персонала; умением обеспечивать творческий и технологический процессы подготовки съемок, съемки и монтажа фильмов; умением оценивать и принимать готовый аудиовизуальный продукт;

методами разработки стратегии и тактики продвижения спектакля к потребителю;

умением обеспечить технологический процесс создания проекта;

грамотно организовать рекламу театрального продукта в СМИ

В рамках курса предусмотрены занятия в форме лекций, семинарских, практических занятий. В ходе обучения применяются интерактивные, диалогические формы, тренинги, индивидуальные творческие задания, направленные на креативное развитие магистрантов.

Курс дневного обучения рассчитан на 234 часа: в том числе 96 аудиторных часов и 138 часов самостоятельной работы. Аудиторные часы распределяются по семестрам: 68 часов в 1 семестре и 28 часов во 2 семестре – из них 34 лекционных, 16 семинарских и 18 практических занятий. Форма текущей аттестации – экзамен.

Курс заочного обучения рассчитан на 234 часа: в том числе 22 аудиторных часа и 212 часов самостоятельной работы. Аудиторные часы распределяются по семестрам: 8 часов на установочной сессии, 8 часов в 1 семестре и 6 часов во 2 семестре – из них 6 лекционных, 6 семинарских и 10 практических занятий. Форма текущей аттестации – экзамен.

В процессе изучения учебной дисциплины «Современные технологии в продюсерской деятельности» у магистрантов должны быть сформированы и развиты важные компетенции.

Академические компетенции:

АК-1. Быть способным к научно-исследовательской деятельности (анализ, сравнение, систематизация, абстрагирование, моделирование, проверка точности данных, принятие решений, готовность генерировать и использовать новые идеи.

АК-2. Методические знания и исследовательские идеи, которые обеспечивают решение задач творческой, организационно-управленческой, инновационно-методической, предпринимательской и научно-исследовательской деятельности.

АК-3. Способность к самостоятельному обучению, обеспечение личного и профессионального саморазвития.

Социально-личностные компетенции:

САК-1. Знать и исполнять права и обязанности гражданина.

САК-2. Учитывать социальные и нравственно-этические нормы в личной и социально-профессиональной жизнедеятельности.

САК-3. Владеть коммуникативными способностями для работы в междисциплинарных отношениях и международном окружении.

САК-4. Быть способным к взаимодействию, сотрудничеству, разумному компромиссу во время решения инновационных проблем.

Профессиональные компетенции:

ПК-1. Генерировать и инициировать идеи произведений искусства аудиовизуальных произведений, культурных проектов.

ПК-2. Применять для реализации творческих идей знания общих основ развития культуры, закономерности и специфику выразительных средств разных видов искусства.

ПК-3. Выстраивать взаимоотношения с авторами с учетом психологических особенностей творческой деятельности, закономерностей восприятия и понимания людьми произведений искусства

ПК-4. Управлять процессом создания произведения искусства, подготовки и реализации культурных проектов, осуществление культурных мероприятий.

ПК-5. Использовать нормативно-правовую базу отраслей культуры

ПК-6. Проводить маркетинговые исследования, выстраивать рекламную стратегию в процессе реализации культурных проектов.

ПК-7. Организовывать финансово-экономическое обеспечение проектов в сфере культуры.

ПК-8. Оценивать состояние тенденций и перспективы развития сфер культуры.

ПК-9. Прогнозировать, планировать и организовывать инновационно методическую деятельность в сфере культуры.

ПК-10. Собирать, анализировать и систематизировать теоритические и экспериментальные данные, разрабатывать методику научных исследований, обрабатывать материалы и делать научно-обоснованные выводы.

ПК-11. Организовывать свою работу на научной основе самостоятельно оценивать культурные проекты, итоги интеллектуальной деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ I. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРОДЮСЕРСТВО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ, ГАЛЕРЕЙ, ЦЕНТРОВ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА)

Тема 1. Базовые условия эффективной деятельности продюсера

Музеи, галереи, центры современного искусства в Республике Беларусь, их роль в развитии отечественной культуры.

Международные, национальные, региональные законы о культуре и другие правовые документы, регулирующие различные формы деятельности (включая коммерческую) в сфере искусства.

Основные тенденции и направления развития современного искусства; критерии оценки качества произведений искусства.

Экспертиза и атрибуция произведений искусства.

Особенности работы в условиях глобализации мирового художественного рынка. Разработка конкурентных стратегий и тактик ведения дел. Регулярный мониторинг состояния художественного рынка и тенденций ценообразования на мировом, национальном и региональном рынках.

Тема 2. Основные направления деятельности продюсера:

Разработка (совместно с кураторами) концепции и определенной бизнес-модели (некоммерческая/коммерческая) музея, галереи, центра современного искусства.

Финансирование. Планирование и организация процесса от замысла до реализации проекта. Интегрирование маркетинга в процессы стратегического планирования и составления бюджета музея, галереи, центра современного искусства. Современные технологии маркетинга, рекламы, фандрайзинга, краудфандинга.

Разработка творческих концепций выставочных проектов и стратегий их реализации. Оценка зрительского потенциала, коммерческой привлекательности и перспективности новых проектов, объектов и творческих коллективов.

Информационная составляющая проекта, как важнейшая часть стратегического планирования. Виды, формы и методы рекламы. Информационные технологии в деятельности продюсера. Формирование бренда музея, галереи, центра современного искусства, художника в целях успешного продвижения их на арт-рынок.

РАЗДЕЛ 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ТЕАТР)

Тема 1. Театр как творческое и хозяйственное предприятие. Необходимость поиска спонсоров.

Рейтинг театральной продукции как вида искусства. Осуществление организационного контроля в театре. Вхождение театра в рынок. Госбюджет и госдотация. Отличие целевой установки для продюсера в сфере театрального искусства.

Тема 2. Финансирование театральной деятельности из госбюджета и применение технологии фандрайзинга.

Государственная дотация. Нормативы бюджетного финансирования государственных и муниципальных театров. Установление цены на билеты и иные платные услуги. Использование театрального имущества. Бизнес-план театра. Привлечение некоммерческого сектора дополнительных финансовых ресурсов.

Тема 3. Построение новых экономических и социологических моделей культуры для определения факторов, влияющих на продвижение театрального продукта.

Тарифные ставки. Трудовые договоры. Изменение методов и инструментов управления деятельностью театра. Формирование целевого капитала. Ценообразование. Совокупность проектов, направленных на реализацию цели. Возможность совместительства на условиях трудового договора.

Тема 4. Спектакль как конечный продукт театральной деятельности и его продюсерское продвижение.

Синтетический характер создания спектакля. Специфика театрального языка. Использование цифровых технологий. Лидерство режиссера. Актерский и режиссерский театр. Сегменты медиаиндустрии для продвижения спектакля. Особенности западной и отечественной модели в стратегии продвижения продукта.

Тема 5. Продюсерская стратегия поиска грантов, субсидий под проект. Краудфандинговые платформы.

Самостоятельное формирование экономической программы в соответствии с законодательством. Единоначалие в лице директора театра. Организация гастролей, фестивалей, конкурсов. Реализация платных и посреднических услуг. Оформление документов на получение грантов и госзаказов. Получение безвозмездных пожертвований. Краундфандинг.

РАЗДЕЛ 3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (КИНО)

Часть 1. ВВЕДЕНИЕ. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО КИНОПРОДЮСЕРСТВА

Тема 1. Кино как специфический вид современного экранного искусства

Кино – синтетический вид искусства. Художественный образ в кино. Природа кино. Специфика киноязыка. Киноклассики и кино: З. Кракауэр («Психологическая история немецкого кино» и др.), С. Эйзенштейн («Как я стал режиссёром», «Монтаж аттракционов», «Четвёртое измерение в кино» и др.), А. Базен («Что такое кино?» и др.), Л. Бунюэль («Смутный объект желания» и др.), Ф. Феллини («Делать фильм» и др.), М. Антониони («Антониони об Антониони» и др.), Ф. Трюффо («Хичкок / Трюффо» и др.), И. Бергман («Как делается фильм», «Исповедальные беседы», «Бергман о Бергмане» и др.), Д. Линч («Поймать большую рыбу» и др.), А. Тарковский («Уроки режиссуры», «Запечатлённое время» и др.), А. Кончаловский о кино («Девять глав о кино» и др.). Развитие кино в условиях экранного типа культуры. Классики XXI в. о природе кино и кинопроцессе (А. Герман-ст., К. Серебренников, А. Звягинцев и др.). Современные продюсеры о кино (А. Роднянский «Выходит, продюсер»).

Тема 2. Феномен голливудского кино: история и современность

1908 - 1910 гг.: протест против монополизма Т.А. Эдисона, «патентная война» и «исход американских кинематографистов» в Голливуд. Объективные причины роста кинопроизводства в Калифорнии. Создание первых голливудских студий. «Титаны Голливуда»: «Парамаунт», «Юниверсал», «XX век-Фокс», «Уорнер Бразерс», «Метро-Голдвин-Майер», «Коламбия Пикчерс», «Юнайтед Артистс» и др. Организационная деятельность А. Цукора, Дж. Ласки, К. Леммле, И. Тальберга, У. Фокса, братьев Уорнеров, Г. Кона. Продюсер-

ская деятельность Л.Б. Майера и Д. Селзника. Классическое голливудское продюсерское кино (1930-1950 гг.). «Голливудский стандарт» и историческая трансформация. Жанровое своеобразие голливудского кино. Возникновение системы звёзд. Отношение Э. Штрогейма, Дж. Форда, Ч. Чаплина, О. Уэллса, У. Диснея, А. Хичкока к студийной системе. «Новый Голливуд». Примеры успешной деятельности кинопродюсеров второй половины XX в.: Х. и Б. Вайнштейны, С. Спилберг, Дж. Лукас, М. Скорсезе, Р. Земекис, В. Аллен, Дж. Кэмерон, К. Тарантино, Р. Родригес. Ремейки и система продолжений в современном американском кино (сиквел, приквел, мидквел, интерквел, кроссовер, спин-офф и др.).

Тема 3. Авторское кино как антитеза продюсерского кинематографа

Роль творческого начала в развитии культуры. Специфика творчества в кино. Творческий аспект в деятельности сценариста, режиссера, оператора, композитора, актера, продюсера. Понятие авторского стиля в кино. Феномен авторского кино (XX – XXI вв.). Творческая и организационная деятельность советских режиссёров-новаторов (С. Эйзенштейн, А. Довженко, Г. Козинцев, Дз. Вертов, Г. Александров). Вклад «новых волн» («новая французская волна» и др.) в теорию и эстетику авторского кино. Творчество выдающихся представителей мирового кинематографа (А.Тарковский и др.). Созерцательный кинематограф как антитеза голливудскому канону (М.Антониони и др.). Авторское кино Востока (А.Куросава и др.). Антижанровое направление в современном кинематографе («Догма-95», Л. фон Триер и др.). Современные фестивали независимого кино («Санденс» и др.). Коммуникационный аспект авторского кино.

Часть 2. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КИНОПРОДЮСЕРА. ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В КИНОСФЕРЕ

Тема 4. Особенности работы кинопродюсера над фильмом в условиях глобализации и информатизации культуры

Теория кинопродюсерства. Специфика кинопроизводства. Деятельность киностудии: история и современность. Технический прогресс в современном кино. Основные этапы работы над фильмом в отечественной и зарубежной практике: подготовительный, съемочный, озвучивающий и монтажно-тонировочный периоды; пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн. Источники финансирования в современном кино. Бюджетирование в кино. Управление рисками в кино. Инвестиции в кино. Практика успешного кинопродюсерства за рубежом и в СНГ. Современная классификация кинопродюсеров. Глобализация кинопроизводства: транснациональные карьеры и копродукции. Влияние глобализации на процесс создания фильма: режиссерская и продюсерская деятельность Л. Бессона, Э. Ли, Дж. Чана, А.Г. Иньярриту и др. Перспективные направления развития игрового, документального и анимационного кино (XXI в.). Проблемы и перспективы белорусского национального кино.

Тема 5. Реклама и продвижение фильма на современном кинорынке

Мировой кинорынок и система национальных кинорынков. Актуальные тенденции в развитии мирового кинопроката (система IMAX и др.). «Фестивальный год». Кинофестивали класса «А». Организация и продвижение Берлинского, Каннского, Венецианского международного кинофестивалей и др. Фестивальная специализация. Организация фестивалей независимого кино. Современные фестивали цифрового искусства. Палитра кинофестивалей в СНГ. Продвижение Минского международного кинофестиваля «Листопад» (1993 – 2016 гг.). Вручение международных кинопремий (премия Американской академии кинематографических искусств и наук «Оскар» и др.). Кинопремии в СНГ. Понятие кинокритики. Деятельность Домов и Музеев кино, развитие синефиль-

ского движения. Кинопресса. Киношколы. Современные киноклубы. Цели и задачи кинопедагогики. «Вселенная кино»: телефильмы, фильмы-мюзиклы, «фильмы о фильмах», организация концертов киномузыки, возникновение и эволюция тематических кинопарков. Индустрия современных компьютерных игр, посвящённых теме кино. Роль Интернет-технологий в рекламе и продвижении кинофильмов.

РАЗДЕЛ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО)

Тема 1. Креативная, организационная и финансовая составляющие работы телепродюсера

Поле деятельности телепродюсера. Функциональные обязанности продюсера. Знания и навыки. Личные качества продюсера.

Креативные технологии в деятельности продюсера. Психологические приемы стимулирования креативного процесса. Специфика телевизионного продюсирования.

Тема 2. Телевидение Республики Беларусь

Структура телевидения Белоруссии. Телевизионные каналы и радиостанции. История, современное состояние, перспективы развития.

Тема 3. Создание телепроектов. Виды телепроектов. Особенности производства

Понятие и классификация телевизионных проектов. Оценка результативности проекта и его технико-экономическое обоснование. Этапы реализации проекта.

Тема 4. Телепрограммы, телесериалы, телефильмы. Особенности производства

Особенности записи и обработки материалов для прямого эфира. Способ демонстрации материала. Мотивация и специфика зрительского восприятия. Факторы привлечения зрительского внимания. Анализ телевизионного продукта с точки зрения особенностей его производства. Критерии уровня качества телевизионного продукта

Тема 5. Информационно-аналитические телевизионные программы. Классификация. Особенности производства

Критерии уровня качества телевизионного продукта. Жанровое разнообразие информационных программ. Международные стандарты профессиональной этики журналиста. Характеристики коммерческой и государственной информационно-аналитических программ. Анализ информационных проектов отечественных и зарубежных производителей.

Тема 6. Развлекательные программы. Виды и характеристики развлекательных программ

История возникновения, признаки развлекательной программы. Типы развлекательных телепередач. Мотивация зрительской аудитории развлекательных программ. Жанровая классификация, характеристика и анализ отечественных, российских и зарубежных развлекательных программ.

Тема 7. Морально-этические аспекты современного развлекательного телевидения

Понятие «профессиональная этика». Краткая характеристика основных этических концепций. Формы и механизмы этического регулирования СМИ. Влияние телевизионного продукта на психо-физическое состояние современного человека. Анализ морально-этических аспектов в проектах современного развлекательного телевидения.

Тема 8. Продюсерство на радио. Структура современного радиовещания

История становления и структура современного радиовещания Беларуси. Мотивация слушателя радиопередач. Характерологические особенности и профессиональные обязанности продюсера на радио. Анализ примеров радио-проектов для различных социальных и возрастных групп.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА
по учебной дисциплине «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (дневная форма обучения)

Номер раздела, подраздела	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Количество часов СРС	Формы контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Современные технологии продюсерской деятельности (музейно-галерейная деятельность)							
1	Базовые условия эффективной деятельности продюсера	6	6			22	Устный опрос
2	Основные направления деятельности продюсера:	8	4	6		22	Презентация
Всего:		14	10	6		44	
Раздел 2. Современные технологии продюсерской деятельности (театр)							
1	Театр как творческое и хозяйственное предприятие. Необходимость поиска спонсоров	2				6	Реферат
2	Финансирование театральной деятельности из госбюджета и применение технологии фандрайзинга	2				6	Презентация
3	Построение новых экономических и социологических моделей культуры для определения факторов, влияющих на продвижение театрального продукта	4				6	Устный опрос
4	Спектакль как конечный продукт театральной деятельности и его продюсерское продвижение	2				6	Творческое задание
5	Продюсерская стратегия поиска грантов, субсидий под проект. Краудфандинговые платформы	4				6	Презентация
6	Спонсорский пакет (комплекс документов)		2			6	Презентация
7	Технологии использования средств массовой информации		2			4	Презентация
8	Анализ эффективности фандрайзинга на примере работы Национального театра имени Янки Купалы, Национального театра имени М. Горького					4	Презентация
Всего:		14	4	6		44	
Раздел 3. Современные технологии продюсерской деятельности (кино)							
Часть 1. Введение. Теоретико-							

	методологические основы современного кинопродюсерства						
1	Кино как специфический вид современного экранного искусства	2	2			10	Презентация
2	Феномен голливудского кино: история и современность	2	2			10	Реферат
3	Авторское кино как антитеза продюсерского кинематографа	2	2			8	Презентация
	Часть 2. Актуальные направления деятельности кинопродюсера. Практическая деятельность в киносфере						
4	Особенности работы кинопродюсера над фильмом в условиях глобализации и информатизации культуры	2		4		10	Презентация
5	Реклама и продвижение фильмов на современном кинорынке	2		2		6	Реферат
Всего:		10	6	6		44	
Раздел 4.Современные технологии продюсерской деятельности (телевидение и радио)							
1	Креативная, организационная и финансовая составляющие работы телепродюсера	2				6	Презентация
2	Телевидение Республики Беларусь		2			6	Устный опрос
3	Создание телепроектов. Виды телепроектов. Особенности производства	1		2		6	Презентация
4	Телепрограммы, телесериалы, телефильмы. Особенности производства	1		2		6	Презентация
5	Информационно-аналитические телевизионные программы. Классификация. Особенности производства	1	2			6	Презентация
6	Развлекательные программы. Виды и характеристики развлекательных программ	1		2		6	Презентация
7	Морально-этические аспекты современного развлекательного телевидения	1	1			4	Составление эссе
8	Продюсерство на радио. Структура современного радиовещания	1	1			4	Презентация
Всего:		8	6	6		44	
Промежуточная аттестация						36	экзамен
ИТОГО (274): Ауд. 98		48	26	24		176	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА
по учебной дисциплине «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» (заочная форма обучения)

д-ла.	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов	Ко	ли	Фо	рм	ы
-------	------------------------	-----------------------------	----	----	----	----	---

		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Современные технологии продюсерской деятельности (музейно-галерейная деятельность)							
1	Основные тенденции и направления развития современного искусства; критерии оценки качества произведений искусства. Экспертиза и атрибуция произведений искусства	2	2			27	Презентация
2	Разработка концепции и определенной бизнес-модели (некоммерческая/коммерческая) музея, галереи, центра современного искусства.	2		2		26	Презентация
Раздел 2. Современные технологии продюсерской деятельности (театр)							
1	Построение новых экономических и социологических моделей культуры для определения факторов, влияющих на продвижение театрального продукта	4	2			27	Презентация
2	Театр, как творческое и хозяйственное предприятие. Необходимость поиска спонсоров. Спонсорский пакет (комплекс документов)			2		26	Презентация
Раздел 3. Современные технологии продюсерской деятельности (кино)							
1	Кино как специфический вид современного экранного искусства	2	2			12	Презентация
2	Феномен голливудского кино: история и современность					14	Презентация
3	Авторское кино как антитеза продюсерского кинематографа					14	Презентация
4	Особенности работы кинопродюсера над фильмом в условиях глобализации и информатизации культуры			2		13	Презентация
Раздел 4. Современные технологии продюсерской деятельности (телевидение и радио)							
1	Креативная, организационная и финансовая составляющие работы телепродюсера	2		2		27	Презентация
2	Создание телепроектов. Виды телепроектов. Особенности производства		2			26	Презентация
Всего:		12	8	6		212	
Промежуточная аттестация						36	экзамен
Итого(274): аудит.26		12	8	6		212	

Требования к выполнению самостоятельной работы

№ п/п	Название раздела, темы	Кол-во часов СРС ДФО/ЗФО	Задание	Форма выполнения	Цель или задача СРС
Музейно-галерейная деятельность					
1	Основные тенденции и направления развития современного искусства; критерии оценки качества произведений искусства. Экспертиза и атрибуция произведений искусства	22/27	Работа с текстом	Письменная	Приобретение и систематизация знаний
2	Разработка концепции и определенной бизнес-модели (некоммерческая/коммерческая) музея, галереи, центра современного искусства.	22/26	Работа с текстом, просмотр визуального материала, анализ	Подготовка мультимедийной презентации	Приобретение и систематизация знаний
Театр					
1	Театр, как творческое и хозяйственное предприятие. Необходимость поиска спонсоров	6/26	Работа с текстом	Письменная	Приобретение и систематизация знаний
2	Финансирование театральной деятельности из государственного бюджета и применение технологии фандрайзинга	6	Работа с текстом	Письменная	Систематизация знаний
3	Построение новых экономических и социологических моделей культуры для определения факторов, влияющих на продвижение театрального продукта	6/27	Работа с текстом	Письменная	Приобретение навыков анализа
4	Спектакль как конечный продукт театральной деятельности и его продюсерское продвижение	6	Работа с текстом. Посещение спектакля. Анализ	Письменная	Приобретение знаний и умений
5	Продюсерская стратегия поиска грантов, субсидий под проект. Краундфандинговая платформа	6	Работа с текстом.	Письменная	Систематизация знаний
6	Спонсорский пакет (комплекс документов)	6	Работа с текстом. Анализ документов	Письменная	Приобретение знаний и умений

7	Технологии использования средств массовой информации	4	Анализ документов	Письменная	Приобретение знаний
8	Анализ эффективности фандрайзинга на примере работы Национального театра имени Янки Купалы, Национального театра имени М. Горького	4	Анализ документов. Посещение и анализ спектаклей	Письменная	Закрепление и систематизация знаний
Кино					
1	Кино как специфический вид современного экранного искусства	10/12	Работа с текстом.	Письменная	Закрепление и систематизация знаний
2	Феномен голливудского кино: история и современность	10/14	Работа с текстом. Анализ кинофильмов	Презентация	Закрепление и систематизация знаний
3	Авторское кино как антитеза продюсерского кинематографа	8/14	Работа с текстом. Анализ кинофильмов	Презентация	Приобретение навыков анализа
4	Особенности работы кинопродюсера над фильмом в условиях глобализации и информатизации культуры	10/13	Работа с текстом.	Реферат	Приобретение и закрепление знаний
5	Реклама и продвижение фильмов на современном кинорынке	6	Работа с текстом. Анализ примеров	Презентация	Закрепление знаний
Телевидение и радио					
1	Креативная, организационная и финансовая составляющие работы телепродюсера	6/22	Работа с текстом. Анализ примеров	Письменная	Закрепление знаний
2	Телевидение Республики Беларусь	6	Работа с сайтом	Презентация	Закрепление знаний
3	Создание телепроектов. Виды телепроектов. Особенности производства	6/22	Работа с текстом. Анализ примеров	Презентация	Закрепление знаний
4	Телепрограммы, телесериалы, телефильмы. Особенности производства	6	Работа с текстом. Анализ примеров	Презентация	Закрепление знаний
5	Информационно-аналитические телевизионные программы. Классификация. Особенности производства	6	Работа с текстом. Анализ примеров	Презентация	Закрепление знаний
6	Развлекательные программы. Виды и характеристики развлекательных программ	6	Работа с текстом. Анализ при-	Презентация	Закрепление знаний

			меров		
7	Морально-этические аспекты современного развлекательного телевидения	4	Работа с текстом. Анализ примеров	Составление эссе	Закрепление знаний
8	Продюсерство на радио. Структура современного радиовещания	4	Работа с текстом. Анализ примеров	Презентация	Закрепление знаний
9	Подготовка к экзамену	36/36	Изучить материал по всем разделам дисциплины, проанализировать выполненные практические задания.	Подготовка к экзамену	Закрепление и систематизация знаний

4.2. Основная литература

1. Гарустович, Н. В. Продюсерская деятельность в современной социокультурной сфере Республики Беларусь / Н. В. Гарустович. – Минск : Бел. гос. ун-т культуры и искусств, 2003. – 20 с.
2. Дадамян, Г. Г. Театр в культурной жизни России / Г. Г. Дадамян. – М. : Дар-Экспо, 2000. – 198 с.
3. Жизнь сцены и контрактный мир : сб. науч. тр. / Сост. Ю. Б. Большакова, Ю. А. Покровская. – М. : ГИТИС, 1994. – 200 с.
4. Орлова, Т. Д. Культура и менеджмент : пособие / Т. Д. Орлова, Е. А. Мальчевская. – Минск : БГУ, 2015.
5. Основы продюсерства в аудиовизуальной сфере : учеб. пособие / Под ред. Г. П. Иванова, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 618 с.
6. Самитов, Д. Г. Продюсирование некоммерческого театра / Д. Г. Самитов. – М. : ГИТИС, 2016. – 559 с.
7. Табаков, О. П. Рентабельный театр: Опыт Московского Художественного театра // Справочник руководителя учреждения культуры / О. П. Табаков. – № 10. – 2005.

4.3. Дополнительная литература

1. Библиотека театрального продюсера : в 6 вып. / Д. Смелянский, Г. Дадамян, Э. Мамедов. – Вып. 1. Театральный продюсер: Рассказы о профессии. – М. : ГИТИС, 2021.
2. Библиотека театрального продюсера : в 6 вып. / Д. Смелянский, Г. Дадамян, Э. Мамедов. – Вып. 2. Проект театрального спектакля: Экономика. Финансирование. Договорная работа. – М. : ГИТИС, 2021.
3. Мухамедиева, С. А. Экономика образования и культуры / С. А. Мухамедиева. – Кемерово : КемГИК, 2019. – 307 с.

4. Рубинштейн, А. Я. Экономика культуры : учеб. пособие / А. Я. Рубинштейн. – М. : Слово, 2006. – 608 с.

5. Сумин, Ю. М. Компетентность, личностные, деловые и профессиональные качества продюсера театрализованных шоу-программ // Режиссерские и продюсерские инновации в театрализованном действии : сб. ст. по материалам Междунар. научн-практ. конф. к 20-летию каф. режиссуры и продюсирования театрализ. шоу-программ. – СПб. : СПбГУКИ, 2012. – С. 107–108.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	6
1.1. Конспект лекций.....	6
2. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	17
2.1. Задания для семинарских занятий.....	17
2.2. Задания для практических занятий.....	18
2.3. Глоссарий основных терминов.....	21
3. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....	26
3.1. Задания для самостоятельной работы студентов.....	26
3.2. Примерный перечень вопросов к экзамену.....	26
4. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ.....	27
4.1. Учебная программа.....	27
4.2. Основная литература.....	50
4.3. Дополнительная литература.....	50

Учебное электронное издание

Составитель
Орлова Татьяна Дмитриевна

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ТЕАТРАЛЬНОЕ ИСКУССТВО)

*Электронный учебно-методический комплекс
для студентов специальности 7-06-0215-03 Арт-менеджмент*

[Электронный ресурс]

Редактор *И. П. Сергачева*
Технический редактор *Ю. В. Хадьков*

Подписано в печать 30.01.2024.
Гарнитура Times Roman. Объем 0,3 Мб

Частное учреждение образования
«Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Свидетельство о регистрации издателя №1/29 от 19.08.2013
220114, г. Минск, ул. Филимонова, 69.

ISBN 978-985-547-441-9



9 789855 474419