

Секция «Культурная политики, менеджмент в культуре и продюсирование»

Роль продюсера в реализации индивидуальных проектов в музыкальной сфере

Научный руководитель – Сосновский Сергей Юрьевич

Трусова Анна Андреевна

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Продюсерство, Москва, Россия

E-mail: moizentr@mail.ru

Двадцать первый век - это век производителей и потребителей. Массовая культура оказывает значительное влияние на молодое поколение, и над художественными целями преобладают коммерческие. Появляются целые индустрии, культурно-художественные рынки со своим микроклиматом. Технологические возможности создают платформу и дают толчок в развитии новых синтетических видов искусств¹. Музыка становится не только способом самовыражения, но и отличным способом монетизировать талант. Бизнес стратегии начинают применяться в музыкальной сфере. Формируются законы рынка, соединяя в себе несколько наук².

¹[Голдберг Э. Особенности русского шоу-бизнеса]

²[Махлина С. Т. Взаимодействие видов искусства]

Под умелым руководством и толковой командой талантливый исполнитель превращается в амбициозный проект³. Все это невозможно без специально обученных кадров междисциплинарного профиля. Условно состав команды можно разделить на две группы: тех, кто формирует творческий контент и тех, кто оценивают риски, проводят логистические исследования, исследования рынка, занимаются прогнозированием и т.д. Во главе каждого такого проекта стоит продюсер, который является связующим звеном, регулирует все процессы как экономические, так и художественные во время жизненного цикла проекта.

³[Беляева-Экземплярская, С. Исследование психологии современного массового слушателя]

Жизненный цикл проекта - это последовательность фаз проекта, задаваемая исходя из потребностей управления проектом. В рамках методологии Института управления проектами (англ. *Project Management Institute*) жизненный цикл проекта имеет пять фаз: инициализация, планирование, выполнение, контроль и мониторинг, завершение. В данной работе мы рассматриваем понятие «проект» как временное предприятие, направленное на создание уникального продукта или услуги и подразумеваем отдельного индивидуума, реализацию его таланта. Продюсерский проект проходит все пять фаз жизненного цикла, но происходит это плавно как естественный рабочий процесс.

Продюсер выступает не только как искусный менеджер, он является сердцем проекта, а артист его лицом⁴. Бытует мнение, что продюсер должен быть главным фанатом артиста, генератором новаторских идей и нетрадиционных решений для того, чтобы создать

уникальный продукт среди избытка похожих друг на друга исполнителей. С экономической точки зрения организаторам проекта и специально подобранной команде в первую очередь необходимо проводить маркетинговый анализ рынка, постоянно мониторить происходящие изменения и на основе полученных данных выбирать стратегию и технологии (например, «волновой» выпуск продукта для разных ценовых секторов), но и также проводить исследования, выявлять целевую аудиторию проекта, отслеживать закономерность массового спроса.

⁴[Бабкова, С. Артист и продюсер: сотрудничество или конфликт?]

Работа продюсера - это всегда взаимодействие экономики и творчества, именно симбиоз двух сторон делает проект конкурентоспособным и оригинальным. Экономические показатели, стратегии и бизнес практики имеют теоретическое обоснование, тогда как творческая часть основана в большей степени на интуиции, опыте и организаторском таланте продюсера. Для того, чтобы популяризировать артиста команда зачастую прибегает к брендингу, мерчендайзингу, при этом используя разные платформы⁵.

⁵[Пригожин И. И. Политика - вершина Шоу-Бизнеса]

Источники и литература

- 1) Бабкова С. Артист и продюсер: сотрудничество или конфликт?
- 2) Беляева-Экземплярская С. Исследование психологии современного массового слушателя
- 3) Голдмахер К. Что такое продюсер звукозаписи?
- 4) Голдберг Э. Особенности русского шоу-бизнеса
- 5) Гольцов Г.Г. Основы продюсирования культурно-досуговых программ
- 6) Дискин Е.И. Культура: стратегия социально-экономического развития
- 7) Знаменская И. А., Алтухов М. П. Шоу-бизнес: структура и разновидности
- 8) Махлина С. Т. Взаимодействие видов искусства
- 9) Пригожин И. И. Политика - вершина Шоу-Бизнеса
- 10) Рутковская М. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг
- 11) Тульчинский Г. Л. Менеджмент в сфере культуры
- 12) Цукер А. М. Массовая музыка современной России: смена парадигм