

714.46 см
Г 215

Д 61

Белорусский государственный университет культуры

УДК 379.81:008

Гарустович Наталья Викторовна

**ПРОДЮСЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

13.00.05 — теория, методика и организация
социально-культурной деятельности

**Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук**

Минск 2003

71.2(4Бел)
Г 215

Работа выполнена в Белорусском государственном университете культуры

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента социокультурной сферы Белорусского государственного университета культуры **Н.И. Аксютин**

Официальные оппоненты – доктор педагогических наук, профессор, проректор по научной работе ИПК и переподготовки кадров учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка» **В.В. Чет**

кандидат педагогических наук, доцент, директор центра психологии управления в структуре Академии управления при Президенте РБ **С.А. Валаханович**

Оппонирующая организация – Белорусский государственный институт проблем культуры

Защита состоится **28 мая 2003 г. в 16.00** на заседании совета по защите диссертаций Д09.03.03 при Белорусском государственном университете культуры по адресу: 220001, г. Минск, ул. Рабкоровская 17, ауд. 231.

Телефон ученого секретаря — 222-83-36.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного университета культуры.

Автореферат разослан **28 апреля 2003 г.**

Ученый секретарь совета по защите диссертаций кандидат педагогических наук, профессор



Л.И. Козловская

Актуальность темы диссертации

Переход социокультурной сферы (в дальнейшем — СКС) Беларуси к рыночным отношениям, обусловивший преобразования в ее системе, появление новых источников финансирования, переориентацию кадрового потенциала в первую очередь повлек за собой перестройку организационно-управленческих механизмов. Наряду с государственным институтом управления и организации СКС, появился коммерческий сектор социокультурной сферы, имеющий истоки и историю развития на территории Беларуси дореволюционного периода, однако формирующийся скорее в виде адаптации западной модели к существующей, постсоветской.

В процессе такого преобразования меняются мотивация, содержание, функции и принципы организации и управления, появляются новые виды деятельности, термины иностранного происхождения, использование которых нередко не соответствует западным первоисточникам.

Одним из направлений развития коммерческого сектора социокультурной сферы является продюсерская деятельность. Современная продюсерская деятельность в рамках СКС может рассматриваться в организационных аспектах как новый управленческий механизм, осуществляющий связь между социумом и социокультурной сферой посредством маркетинговых циклов "продуктов" культуры: товаров и услуг, с учетом потребностей общества и потребностей художника (в широком смысле слова). Субъекты продюсирования занимаются организацией, финансированием, управляют процессом производства и реализации специфических товаров СКС. Однако осуществление продюсерской деятельности происходит несистемно.

Поэтому проблемой нашего исследования стала разработка методического, научного и кадрового обеспечения, отсутствие которой приводит к дефициту компетентного персонала, способного успешно развивать и преобразовывать СКС в условиях рыночных отношений.

Связь работы с крупными научными программами, темами

Исследование выполнено в рамках плановой комплексной темы "Научные проблемы и методическое обеспечение подготовки менеджеров социокультурной сферы" кафедры менеджмента социокультурной сферы Белорусского государственного университета культуры (1995—2000 гг.).

Цель и задачи исследования

Цель исследования — теоретико-методическое обоснование продюсерской деятельности в социокультурной сфере.



Задачи исследования:

- определить понятия и функции продюсерской деятельности и осмысление ее в философской, педагогической мысли;
- проанализировать эволюцию продюсерской деятельности на разных этапах развития общества на территории Беларуси;
- исследовать особенности рынка социальных услуг как сферы деятельности продюсера;
- разработать методiku проектного продюсирования;
- раскрыть содержание продюсерской деятельности в современной социокультурной сфере Республики Беларусь.

Объект и предмет исследования

Объектом исследования является продюсерская деятельность в структуре современной социокультурной сферы в Республике Беларусь.

Предмет исследования — теоретические и методические вопросы продюсерской деятельности.

Гипотеза

Продюсерская деятельность в современной социокультурной ситуации может быть оптимизирована на основе ее исторического и философско-педагогического осмысления, исследования функционального содержания и формирования методического инструментария.

Внедрение механизмов продюсирования в деятельность организаций некоммерческого и государственного секторов, в том числе учреждений клубного типа, облегчит процесс их адаптации в условиях перехода к рыночным отношениям.

Методология и методы проведенного исследования

Методология исследования основывается на использовании деятельностного и системного подходов, обеспечивающих подлинно комплексный анализ продюсерской деятельности и изучение ее субъектов и объектов во взаимосвязи и взаимоотношениях с другими элементами социокультурной сферы, целей, содержания, форм и методов организации.

Теоретическую основу исследования составили труды философов по проблемам разделения общества на элиту и массы (Х. Ортега-и-Гассет, В.Г. Федотова), функций искусства в обществе (А.В. Луначарский, В.Г. Федотова, Л.К. Шепетис). Изучение педагогического аспекта исследуемой проблемы основывалось на опыте работ Ю.В. Васильковой и Т.А. Васильковой, Я.Д. Григорович, В.Д. Семенова, Н.В. Кузьминой.

В соответствии с целью и задачами исследования использованы следующие методы: исторический, анализ отечественных и зарубежных источников, философской, педагогической и исторической литературы, квалификационных характеристик и учебных планов; экспертная оценка продюсерской деятельности; включенное наблюдение за деятельностью продюсеров; анкетирование и интервьюирование слушателей курсов подготовки и переподготовки специалистов-менеджеров;

Научная новизна и значимость полученных результатов

1. Проанализирована эволюция продюсерской деятельности в Беларуси.
2. Определены и дифференцированы функции продюсерской деятельности.
3. Предложена классификация продюсеров социокультурной сферы.
4. Разработана модель проектного продюсирования в условиях государственного, коммерческого и некоммерческого секторов культуры.
5. Разработаны научные основы учебной программы подготовки и переподготовки специалистов-продюсеров социокультурной сферы.
6. Научно обоснованы возможность и целесообразность внедрения механизмов продюсирования в деятельность учреждений клубного типа в условиях их перехода к рыночной системе хозяйствования.

Практическая (экономическая, социальная) значимость полученных результатов

Практическая значимость заключается в:

- методической разработке продюсерской деятельности в условиях современной социокультурной ситуации;
- разработке методов использования инструментариев проектного менеджмента и маркетинга в организации проектного продюсирования в условиях государственного, коммерческого и некоммерческого секторов;
- разработке и апробации учебного плана по подготовке продюсеров социокультурной сферы.

Оптимизация продюсерской деятельности состоит не только в успехе ее функционирования в рамках коммерческого и государственного секторов, но и в возможности реализации в условиях рыночных отношений некоммерческих проектов, представляющих элитарное немассовое искусство, развитие которого способствует эстетическому, морально-нравственному воспитанию личности в обществе. В современных условиях принципы и методики осуществления дополнительного финансирования, использования инструментариев маркетинга и менеджмента актуальны как в негосударственных, так и в государственных учреждениях социокультурной сферы и содействуют экономике СКС. В этом суть социально-экономической значимости результатов исследования.

Результаты исследования могут быть использованы в высших учебных заведениях при подготовке кадров управления социокультурной сферы: в составлении учебных планов, разработке учебных программ, формировании содержания лекционных курсов по специальности.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту

1. Субъекты продюсерской деятельности в условиях перехода социокультурной сферы к рыночной системе хозяйствования являются новым организационно-управленческим звеном, реализующим три основные родовые функции: первая — организация творческого процесса; вторая — регулирование отношений в системе "художник — общество"; третья — социокультурная, воспитательная.

2. Бесспорной исторической формой продюсирования является антреприза, появившаяся на территории Беларуси в конце XVIII в., функции которой заключались в следующем:

- организация театральных представлений на территории Беларуси (организация творческого процесса);
- осуществление постановок на польском и русском языках в коммерческих интересах с целью пропаганды русской, польской культур, организация гастролей (регулирование отношений "художник — общество").

Исторические формы субъектов продюсерской деятельности послереволюционного периода проявлялись в организациях двух типов:

- негосударственных (творческие союзы, основные функции которых определены А.В. Луначарским в 1932 г. как организационная работа "братья на себя как бы известного рода подряды художественного порядка");
- государственных (Комитет по кинематографии, киностудии, которые были изначально созданы по аналогии с голливудскими образцами и основным владельцем-продюсером которых было государство).

3. В современной социокультурной сфере рыночные механизмы оказывают негативное воздействие на реализацию элитарных произведений искусства и развитие некоторых социально ориентированных видов деятельности. Необходимо создание третьего некоммерческого сектора, определяющего дополнительные источники финансирования. Деятельность продюсера в рамках коммерческого, некоммерческого и государственного секторов оказывает благоприятное воздействие на развитие и совершенствование рыночной модели социокультурной сферы и видов деятельности, удовлетворяющих потребности масс и художников, способствующих развитию непопулярных элитарных видов искусства при правовом и частично финансовом государственном обеспечении.

4. Разработана методика проектного продюсирования с внедрением технологий маркетинга, проектного менеджмента в социокультурной сфере, фандрейзинга, осуществляемого с целью привлечения дополнительных источников финансирования под нерентабельные проекты, способствующие развитию культуры и искусства. Предложенное проектное продюсирование не требует больших финансовых вложений и

формирования долгосрочной продюсерской команды, оно может быть организовано с использованием материально-технической базы современных учреждений СКС.

5. Продюсерская деятельность в современной социокультурной ситуации Беларуси включает такие процессы, как управление, организация, проектирование, финансирование, материально-техническое обеспечение, представление интересов творца и потребителя, маркетинговое программирование и коммуникацию. Нами определены следующие условия, которые обеспечат совершенствование продюсерской деятельности в современной социокультурной сфере: государственное правовое регулирование, развитие проектного продюсирования, международное сотрудничество, методическое обеспечение, подготовка специалистов.

Личный вклад соискателя

Диссертационное исследование является самостоятельным. Вклад автора в изучение продюсерской деятельности заключается в:

- определении основных понятий, функций, теоретическом обосновании продюсерской деятельности,
- анализе эволюции продюсерской деятельности на территории Беларуси,
- разработке методик проектного продюсирования, использования маркетингового инструментария и технологий фандрейзинга,
- формировании и внедрении проекта учебного плана подготовки продюсеров социокультурной сферы и учебной программы "Организация шоу-бизнеса и продюсерской деятельности".

Апробация результатов диссертации

Результаты исследования апробированы на научно-практических конференциях в Национальном научно-просветительном центре имени Ф.Скорины (1998), Летней академии менеджмента культуры в Зальцбурге (1999), Белорусском институте проблем культуры (2000), на третьем международном конгрессе белорусистов (2000), в программных курсах "Организация шоу-бизнеса и продюсерской деятельности" на базе Белорусского государственного университета культуры и Белорусского института проблем культуры.

Опубликованность результатов

По проблеме исследования опубликованы 8 работ: 2 статьи, 3 материала конференций, 2 учебные программы, 1 авторский проект. Общий объем публикаций составляет 50 страниц.

Структура и объем диссертации

Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, двух глав, заключения, списка источников (176) и приложений. Объем диссертации составляет 106 страниц, включая 15 таблиц и 2 схемы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении анализируется общее состояние социокультурной сферы Беларуси, определяется сущность решаемой проблемы. В общей характеристике диссертации обосновывается актуальность проблемы, отмечается ее недостаточная разработанность, определяются цель, объект, предмет, задачи, методы исследования, раскрываются научная новизна и практическая значимость исследования, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

Первая глава "История и теория продюсерской деятельности" посвящена историко-методологическому обоснованию продюсерской деятельности. Рассматриваются вопросы функционального значения социокультурной сферы в обществе (В.П. Иванов, В.Г. Федотова), динамики художественной потребности (В.И. Ленин, К. Маркс, А. Натев), эффекта разделения общества на элиту и массы (Х. Ортега-и-Гассет, В.Г.Федотова), а также раскрывается роль элитарного и массового сознания в развитии культуры и искусства. Массовое и элитарное сознание в работах философов интерпретируется как важный элемент общественного культурного развития, на который может влиять субъект продюсерской деятельности. Однако мы, соглашаясь с В.Г. Федотовой, определили цель такого влияния не в приемлемости одного из полюсов элитарного и массового видения продуктов социокультурной сферы, а в разрешении противоречия, существующего между ними, путем длительного, постепенного взаимодействия массовых и элитарных вкусов.

Включение продюсерской деятельности в систему отношений "художник — общество" выявляет границы исследования, обуславливает необходимость изучения произведений искусства и культуры как продуктов продюсерской деятельности, феномена разделения общества на элиту и массы, как потребителей этих продуктов, механизмов, регулирующих переход продуктов социокультурной сферы к потребителю.

Используя деятельностный подход к определению понятия "продюсерская деятельность", мы исследовали структуру продюсерской деятельности и ее функции. Структура продюсерской деятельности включает следующие процессы: организационный, конструктивный, педагогический, управленческий и коммуникативный.

Опираясь на сравнительный анализ определения понятия функции в марксистской философии и в современной науке (Л.Н. Столович, В.Г.Афанасьев), где функция рассматривается как проявление свойств и качеств какого-либо предмета в данной системе отношений, мы рассматривали функцию продюсерской деятельности как проявление ее свойств в системе социокультурной сферы.

Для нашего исследования очень важной явилась методика Е.Ю.Кудиновой разделения функций клуба и работников клубных

учреждений на производные и родовые. В результате применения данной классификации нами выделены следующие родовые функции субъектов продюсирования:

- 1) организация художественного процесса;
- 2) регулирование отношений в системе "художник — общество" (производитель — потребитель);
- 3) социокультурная, педагогическая.

Исходя из целей нашего исследования необходимо обратить внимание на педагогическую функцию продюсера, которая позволяет рассматривать продюсерскую деятельность как социально-педагогическую работу, направленную на эстетическое и духовное совершенствование и образование личности, развитие культуры и искусства, сохранение национального и общекультурного достояния.

Специфические родовые функции организации художественного процесса и регулирования отношений в системе "художник — общество" раскрывают содержание и особенности продюсерской деятельности в социокультурной сфере и определяют исторические формы продюсирования. Через сравнительные характеристики специфических родовых и специфических производных функций методом анализа специальной литературы по истории культуры (Д.С. Лихачев, Л.В. Лыч, В.Н. Новицкий, А.Г. Пиотровский, А.В. Скепьян, Б.Ю. Сорочкин и др.), истории театрального искусства (Г.И. Барышев, А.О. Мальдис, В.И. Нефед и др.), по истории кинематографа (Н.А. Агафонова, К.Э. Разлогов) выделены исторические формы субъектов продюсерской деятельности на территории Беларуси дореволюционного и послереволюционного периодов: государственные учреждения культуры дореволюционного периода; деятельность меценатов; театральное коммерческое предприятие антреприза (начиная с XVIII в.); государственные и общественные организации советского периода.

Государственные учреждения культуры дореволюционного периода признаны нами историческими формами субъектов продюсерской деятельности условно в силу их государственной принадлежности. В отличие от частных форм организации театральной, музыкальной, музейной, библиотечной, галерейной жизни, государственный сектор в лице министерств, местных администраций и дирекций не обладал главной чертой продюсерской деятельности — не был предпринимательской структурой.

Деятельность меценатов также нельзя считать прямой исторической формой продюсерской деятельности, так как исследование меценатства на территории Беларуси и России (Г.И. Барышев, А.В. Скепьян) показало его иное целеполагание и ролевую функцию в обществе в сравнении с деятельностью продюсеров. Меценаты финансировали социальные и

культурные проекты, поддерживали деятелей искусства, развивали его, но они являлись предпринимателями в других сферах.

Антреприза XVIII—XIX вв. на территории Беларуси является наиболее близкой к современной продюсерской деятельности по своему функциональному содержанию, так как она реализовывала следующие функции:

- организация театральных представлений (организация творческого процесса);

- осуществление постановок на польском и русском языках в коммерческих интересах с целью пропаганды русской, польской культур, организация гастролей (регулирование отношений "художник — общество");

- социокультурная (развитие культуры и искусства).

Организация коммерческих форм театра в XVIII—XIX вв. в условиях зарождавшихся капиталистических отношений может быть признана родовой формой продюсерской деятельности не только в сфере театрального, но и музыкального, и изобразительного искусства.

В процессе исследования организаций и учреждений культуры советского периода выделены исторические формы продюсерской деятельности двух типов: негосударственные (творческие союзы) и государственные (министерство, киностудии, филармонии и т.п.).

Во второй главе "Методика оптимизации продюсерской деятельности в современной социокультурной сфере" детализируется исследование функций продюсирования в социокультурной сфере, описывается методика процессов продюсерской деятельности и использования инструментария маркетинга и менеджмента на различных этапах реализации проектов и деятельности учреждений культуры, предлагаются квалификационная характеристика и учебный план подготовки специалистов-продюсеров социокультурной сферы в высших учебных заведениях.

Специфика рынка социальных услуг определяет сферу деятельности продюсера, рыночные условия хозяйствования приводят к созданию трехсекторной системы культуры по западным аналогам: государственного, коммерческого и некоммерческого секторов (адаптировано И.М. Шейманом). Определяющим различием такого рода разновидностей организации культурных учреждений, с точки зрения продюсера, являются не только их принадлежность, но и источники финансирования.

Современные исследователи экономики культуры (Б.Ю. Сорочкин, И.М. Шейман, Д. Рич, Д. Фарбер и др.) выделяют следующие источники финансирования: индивидуальное, частное, корпоративное, фондовое и государственное.

Проблему финансирования, характерную для современной социокультурной сферы Беларуси, предлагается разрешить предложенным видом организации культурных программ — проектным продюсированием, качественными характеристиками которого являются временность и единичность производимого товара (Д. Мартин). Временные проекты имеют ряд существенных преимуществ:

- возможность более гибкого лавирования и быстрого реагирования на спрос культурного рынка;

- успешное функционирование управления и организации в исполнительной команде проекта, собирающейся только на время действия принятой программы;

- меньшие потери в случае неуспеха: творческий провал не поставит под угрозу имидж, имя предприятия, а только имя продюсера, коммерческий провал аннулирует не целое предприятие, а лишь один проект.

Традиционно организационная функция рассматривается как составляющая процесса управления. Однако в продюсерской деятельности управление включено в процесс организации. Мы рассмотрели возможность использования в условиях социокультурного рынка Беларуси методик проектного менеджмента (Д. Мартин, М. Мескон), проектного планирования и проектирования, финансирования, инструментария маркетинга (Ф. Кольбер).

По примеру С.Ф. Макарова, сравнивающего американских менеджеров с советскими хозяйственными руководителями, мы проанализировали принципы управленческой деятельности в исследованиях американского и советского ученых М. Мескона и И.М. Болотникова. Анализ работ показал соответствие функционального и поэтапного содержания управления. М.Мескон выделяет следующие функции управления: планирование, организация, мотивация и контроль, а И.М. Болотников — планирование, определение содержания работ, финансирование, материально-техническое обеспечение, работу с кадрами, организацию труда и контроль за работой. Определение содержания работ (по И.М.Болотникову) соответствует этапу планирования — операционному планированию менеджмента; финансирование, материально-техническое обеспечение и организация труда — этапам организаторской функции; работа с кадрами — мотивации. Также сравниваются и системы планирования в плановой и рыночной экономике, анализ которой еще раз раскрыл возможности использования исследований советского периода и зарубежного опыта.

Нами осуществлена классификация субъектов продюсерской деятельности по следующим признакам:

- по основным функциям: продюсер-создатель, продюсер-проектировщик (от англ. Promoter), продюсер-создатель-проектировщик;

† — по полномочиям: генеральный продюсер, продюсер-управляющий, исполнительный продюсер;

— по признаку собственности: продюсер-собственник, продюсер исполняющий обязанности;

— по признаку самостоятельности: продюсер-представитель (представляющий интересы организации), независимый продюсер;

— по совмещению специальностей: продюсер-творец (художник, режиссер, актер, композитор, исполнитель), продюсер-менеджер, продюсер-маркетолог, продюсер-искусствовед;

— по сфере деятельности: музыка, хореография, театр, массовые представления, телевидение, кинематограф.

Выделены условные виды классификации, отражающие внутреннюю мотивацию и общественную значимость продюсера:

— по объекту деятельности: продюсер-общественный деятель (представляет интересы общества), продюсер-деятель искусства (представляет интересы художника), продюсер, регулирующий отношения "общество--искусство";

— по мотивации: продюсер-защитник (его основная цель — творческая, художественная), продюсер-торговец (мотивирует деятельность материальным фактором).

Результаты предыдущего исследования являются основой практической части работы. В то же время они служат теоретическим и историческим обоснованием продюсерской деятельности и как учебный материал способствуют методическому обеспечению программы подготовки и переподготовки специалистов в области организации и управления СКС.

Этап исследования содержания продюсерской деятельности предусматривал получение информации о ее современных формах в Беларуси. В силу неразработанности данной проблематики проводимое исследование строилось на совокупности методов получения первичной информации об объекте: включенного наблюдения, экспертной оценки, анализа средств массовой информации.

Критериями отбора экспертов явились следующие: должность продюсера и/или то, что человек называет себя продюсером; успешная деятельность в различных сферах СКС; самооценка компетентности в области продюсерской деятельности СКС.

Для измерения самооценки экспертов был применен метод М.К.Горшковой и Ф.Э. Шереги и проведено пилотажное исследование, в ходе которого происходил первичный отбор экспертов по критериям "приобщенности" (теоретическим знаниям, практическому опыту, успеху) и их оценке (высокая — 1, средняя — 0,5, низкая — 0). Уровень самооценки эксперта находился как среднее арифметическое К,

определяющее включение потенциального эксперта в группу при значении не менее 0,5 и до 1.

В результате отбора мы выявили трех наиболее компетентных экспертов, среди которых были продюсеры и специалисты в различных сферах деятельности. На этом этапе подтверждено предположение о несистемности в использовании термина "продюсерская деятельность".

Фокусированное интервью проводилось в соответствии с предварительно подготовленным бланком-интервью, содержащим вопросы о причине обращения к продюсерской деятельности, ее функциональном содержании; оценку современной ситуации на рынке СКС и возможности оптимизации деятельности продюсера и др.

Анализ результатов интервью и средств массовой информации показал соответствие функционального содержания современной продюсерской деятельности в Беларуси выделенным родовым функциям и описанным производным функциям продюсерской деятельности за рубежом. На основании полученных данных выделены следующие группы функций продюсерской деятельности в современной социокультурной ситуации Беларуси:

— производные от первой родовой (организация творческого процесса): управление, организация, проектирование, финансирование, материально-техническое обеспечение;

— производные от второй родовой (регулирование отношений "художник--общество"): представление интересов художника, представление интересов потребителя, организаторская, маркетинг, коммуникативная;

— производные от третьей родовой (общекультурная): развитие культуры и искусства, удовлетворение эстетической потребности общества, педагогическая.

Анализ современной продюсерской деятельности в структуре социокультурной сферы позволил выявить проблемы, связанные с ее реализацией, и определить пути ее совершенствования: государственное правовое регулирование продюсерской деятельности, развитие проектного продюсирования, международное сотрудничество, формирование и дальнейшее совершенствование методического обеспечения, подготовка специалистов.

Развитие продюсерской деятельности видится нами также в расширении сфер ее существования. Современная культурно-досуговая деятельность требует обогащения содержания, эффективного финансирования, более точной ориентации на спрос своих потребителей. Мы предположили, что использование методики продюсирования в практике учреждений клубного типа позволит им более успешно действовать в условиях рынка.

На основе результатов нашего исследования продюсерской деятельности мы разработали учебную программу курса "Организация шоу-бизнеса и продюсерской деятельности", которая была внедрена в учебном процессе Белорусского института проблем культуры. Слушателями курса и одновременно экспертами по оценке возможностей практического использования материала стали заведующие сельскими клубами, директора городских и районных Домов и центров (отделов) культуры, руководители кружков, предприниматели (всего 26 человек). Данная выборка характеризуется важными для нас признаками: образование, полученное в доперестроечный период; деятельность в учреждениях СКС; опыт работы, высокая степень информированности.

Контрольным признаком группы стал уровень знаний об организации продюсерской деятельности, факторной характеристикой — использование слушателями знаний о продюсерской деятельности в работе. Получение информации об организации продюсерской деятельности должно было повысить уровень оценки использования продюсерских методик в работе слушателей, т.е. в учреждениях клубного типа.

Первичный письменный опрос слушателей до проведения программы и устный дифференцированный экзамен после нее показали, что в среднем уровень знаний об организации продюсерской деятельности в экспериментальной группе повысился на 2,7 балла, средний балл оценки на экзамене составил 4,7 балла, что свидетельствует о высоком уровне усвоения учебного материала слушателями.

Методом трехуровневого письменного опроса слушателей до внедрения учебной программы, после работы по ней и в период, когда слушатели вернулись к практической деятельности (контрольный замер), определена динамика изменения оценки слушателями возможности использования знаний о продюсировании в практической деятельности, показывающая повышение уровня оценки на каждом этапе замера.

В целом учебная программа показала высокий уровень усвоения материала слушателями, высокий уровень оценки эффективности материала практиками, прямую зависимость использования полученной информации от уровня знаний об организации продюсерской деятельности. Слушателями были указаны следующие положительные характеристики учебной программы: актуальность материала; возможность использования полученных знаний в деятельности современных учреждений культуры; доступность излагаемого материала.

Результаты данного исследования могут быть рекомендованы при составлении учебных программ по организации и управлению в сфере культуры в рамках подготовки и переподготовки специалистов в вузах.

Нами был предложен проект квалификационной характеристики продюсера в социокультурной сфере. Продюсер социокультурной сферы

определен нами как специалист в области организации, производства и представления произведений искусства, социокультурных услуг и других продуктов культуры. В рамках своей деятельности продюсер может осуществлять управление персоналом в учреждениях государственного, коммерческого и некоммерческого секторов. Специалист должен обладать знаниями в области теории и методики организации и управления, основ продюсирования, истории и теоретических основ того вида искусства, в котором будет работать, основ проектного менеджмента, финансово-экономической деятельности в сфере культуры, основ маркетинга в сфере культуры и внешнеэкономической деятельности в сфере культуры, нормативно-правового обеспечения и коммуникационных технологий.

Особые требования предъявляются и к личностным качествам будущих продюсеров, которые должны быть коммуникабельными, целеустремленными, работоспособными, склонными к творческой деятельности, обладать творческой интуицией и высоким уровнем самооценки.

На основе требований к специалисту в соответствии с квалификационной характеристикой проанализированы блоки специальных дисциплин в учебных планах высших учебных заведений г. Минска, готовящих специалистов в области организации и управления для СКС. Учебный план подготовки менеджеров социокультурной сферы кафедры менеджмента Белорусского государственного университета культуры выявил возможности кафедры в обеспечении полноценного процесса подготовки высококвалифицированных специалистов-продюсеров в различных областях социокультурной сферы. Проанализированы учебные планы подготовки продюсеров негосударственных учебных заведений — Института парламентаризма и предпринимательства, Института современных знаний Анализ показал необходимость их дальнейшего усовершенствования в данной области.

Нами представлен проект учебного плана подготовки продюсеров шоу-бизнеса. Целесообразно использовать название специализации "продюсерство социокультурной сферы", так как СКС включает и культурно-досуговую деятельность. Необходимо формирование методик обучения по каждой профилизации, позволяющих студентам не только получать теоретические знания, но и научиться применять их на практике. Особое внимание следует уделять планированию практики, базы которой должны соответствовать профилизации студента начиная со второго курса обучения. Подготовка специалистов-продюсеров социокультурной сферы возможна лишь при участии компетентного преподавательского состава, готового давать студентам знания, во многом опережающие современное состояние рынка социокультурной сферы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Продюсерская деятельность, направленная на удовлетворение художественной потребности общества, опосредованно, через произведения искусства реализует воспитательную функцию, ориентируясь на массовую или элитарную аудиторию. Осознание педагогического воздействия в процессе духовного производства должно определять практические задачи, стоящие перед личностью продюсера, его конкретные шаги и решения. В контексте рыночных отношений удовлетворение массовых или элитарных интересов выступает мотивацией деятельности продюсера в системе отношений "художник — общество" [3, 6].

2. Функции продюсерской деятельности рассматриваются нами как проявление ее свойств в системе социокультурной сферы. Функции субъектов продюсерской деятельности дифференцированы на общие, характерные для всех элементов социокультурной сферы, и специфические: родовые, изначально присущие продюсерской деятельности, и производные (исторические и современные).

Анализ источников дальнего и ближнего зарубежья, а также отечественных источников, посвященных определению и описанию продюсерской деятельности, дал возможность выявить три основные родовые функции продюсерской деятельности:

- 1) организация творческого процесса;
- 2) регулирование отношений в системе "художник — общество";
- 3) общекультурная, воспитательная.

Продюсер — предприниматель в социокультурной сфере, организующий творческий процесс и осуществляющий регулирование отношений в системе "художник — общество". Структура продюсерской деятельности включает организационную, конструктивную, педагогическую, управленческую, коммуникативную виды деятельности.

На разных исторических этапах развития Беларуси выявлены исторические формы продюсерской деятельности: театральная антреприза дореволюционного и деятельность творческих союзов и государственных учреждений советского периодов [5, 7].

3. Современная социокультурная сфера, элементом которой является продюсерская деятельность, характеризуется специфическими особенностями рынка, необходимостью создания условий для развития предпринимательства. Одним из перспективных направлений развития продюсерской деятельности является развитие проектного продюсирования, использование орудий проектного менеджмента, инструментариев маркетинга культуры, обеспечение проектов дополнительными источниками финансирования [2, 4].

4. Специфика современной продюсерской деятельности на территории Беларуси в области телевидения, кино, шоу-бизнеса заключается в реализации производных функций:

1) *от первой родовой (организация творческого процесса)*: управление, организация, проектирование, финансирование, материально-техническое обеспечение;

2) *от второй родовой (регулирование отношений "художник — общество")*: представление интересов художника, представление интересов потребителя, организаторская, маркетинг, коммуникативная;

3) *от третьей родовой (общекультурная)*: развитие культуры и искусства, удовлетворение эстетической потребности общества, педагогическая [1].

5. На основании особенностей функционального содержания продюсерской деятельности в социокультурной сфере Республики Беларусь разработаны модели квалификационной характеристики и учебного плана подготовки специалистов в области продюсерской деятельности.

Предложены проекты квалификационной характеристики и учебного плана подготовки специалистов, внедрение которых рассматривается как один из путей совершенствования продюсерской деятельности в Беларуси.

Подготовку продюсеров социокультурной сферы, включающей и культурно-досуговые учреждения, целесообразно проводить на базе кафедры менеджмента социокультурной сферы Белорусского государственного университета культуры. Наряду с психологическими и интеллектуальными данными студент должен обладать личностной мотивацией для работы в социокультурной сфере. Будущий продюсер должен осознавать ответственность перед обществом, ориентируясь не только на получение прибыли, но и на развитие искусства и культуры [6].

6. Вместе с тем нами в исследовании поставлен ряд перспективных задач. Необходимы дальнейшее изучение специфики продюсерской деятельности в различных видах искусства, детальное исследование правового обеспечения, использования технологий фандрайзинга. Научные разработки в этой области служат основой преобразования системы социокультурной сферы, определяя перспективный путь оптимизации наряду с необходимостью совершенствования государственного правового регулирования, развития проектного продюсирования, подготовки специалистов и международного сотрудничества.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи

1. Гарустович Н.В. Продюсерская деятельность как социально-педагогическая работа // Социально-педагогическая работа. — 2001. — № 6. — С. 45 — 50.
2. Гарустовіч Н.В. Тэатральная антрэпрыза Беларусі на скрыжаванні традыцый і славянскіх уплываў // Кантакты і дыялогі: інфармацыйна-аналітычны і культуралагічны бюлетэнь.— 2001.— № 12.— С. 22 — 27.

Материалы конференций

3. Гарустовіч Н.В. Метадалагічныя асновы прадзюсерскай дзейнасці // Перспектыўныя накірункі фарміравання духоўнай і мастацкай культуры студэнтаў: Матэрыялы навук. канф. (Мінск, 22—23 крас. 1998 г.) / Бел. ун-т культуры. — Мн, 2000. — С. 114 — 117.
4. Гарустович Н.В. Организационные аспекты продюсерской деятельности // Человек. Культура. Рынок: Материалы междунар. науч. конф. (Минск, 10—11 апр. 2000 г.) — Мн.: БелИПК, 2000. — С. 67 — 69.
5. Гарустовіч Н.В. Прадзюсерская дзейнасць у сферы мастацтва// Матэрыялы навук. канф. (Мінск, май 1999 г.) / Бел. дзярж. ун-т культуры. — Мн, 2002. — С. 40 — 43.

Программы курсов

6. Гарустовіч Н.В. Арганізацыя шоу-бізнесу і прадзюсерскай дзейнасці: Праграма курса / Бел. дзярж. ун-т культуры. — Мн, 2002. — 12 с.
7. Гарустовіч Н.В. Маркетынг у сферы культуры: Праграма для студэнтаў спецыялізацыі "менеджмент сацыяльна-культурнай сферы" / Бел. дзярж. ун-т культуры. — Мн, 2002. — 11 с.

Авторский проект:

8. Harustovich N. Project "Festival of non-professional art "Dream" // European Project Workshop. — Salzburg: European Summer Academy for Culture and Management. — 1999. — 4 p.

РЕЗЮМЕ

Гарустович Наталья Викторовна
Продюсерская деятельность в современной социокультурной сфере
Республики Беларусь

Ключевые слова: социокультурная сфера, продюсер, функции продюсерской деятельности, элитарное и массовое искусство, организация творческого процесса, проектное продюсирование, пути совершенствования, маркетинговые инструментари.

Объект исследования: продюсерская деятельность в структуре современной социокультурной ситуации в Республике Беларусь.

Цель исследования: теоретико-методическое обоснование продюсерской деятельности в социокультурной сфере.

Научная новизна и значимость заключаются в теоретическом обосновании и методическом обеспечении продюсерской деятельности в социокультурной сфере. Определены исторические истоки продюсерской деятельности в Беларуси, дифференцированы функции продюсерской деятельности, предложена классификация субъектов продюсерской деятельности в социокультурной сфере. В качестве одного из путей совершенствования продюсерской деятельности адаптирована модель проектного продюсирования в условиях государственного, коммерческого и некоммерческого секторов культуры. Разработаны методы использования инструментариев проектного менеджмента и маркетинга в организации проектного продюсирования. Разработан и апробирован учебный план по подготовке продюсеров социокультурной сферы.

Выводы и результаты исследования могут быть использованы продюсерами, работниками государственных учреждений культуры и коммерческих организаций в целях совершенствования организации и управления учреждениями социокультурной сферы, преподавателями предметов по специализации "продюсерская деятельность" при составлении учебных планов подготовки специалистов, разработке программ курсов.

РЭЗІЮМЭ

Гарустовіч Наталля Віктараўна Прадзюсерская дзейнасць у сучаснай сацыякультурнай сферы Рэспублікі Беларусь

Ключавыя словы: сацыякультурная сфера, прадзюсер, функцыі прадзюсерскай дзейнасці, элітарнае і масавае мастацтва, арганізацыя творчага працэсу, праектнае прадзюсіраванне, шляхі ўдасканалення, маркетынжавыя інструментарыі.

Аб'ект даследавання: прадзюсерская дзейнасць у структуры сучаснай сацыякультурнай сітуацыі ў Рэспубліцы Беларусь.

Мэта даследавання: тэарэтыка-метадычнае абгрунтаванне прадзюсерскай дзейнасці ў сацыякультурнай сферы.

Навуковая навізна і значнасць даследавання заключаюцца ў тэарэтычным і метадычным забеспячэнні прадзюсерскай дзейнасці ў сацыякультурнай сферы. Вызначаны гістарычныя вытокі прадзюсерскай дзейнасці ў Беларусі, дыферэнцыраваны функцыі прадзюсерскай дзейнасці, прапановаецца класіфікацыя суб'ектаў прадзюсерскай дзейнасці ў сацыякультурнай сферы. У якасці аднаго са шляхоў удасканалення прадзюсерскай дзейнасці адаптавана мадэль праектнага прадзюсіравання ва ўмовах дзяржаўнага, камерцыйнага і некамерцыйнага сектараў культуры. Распрацаваны метады выкарыстання інструментарыяў праектнага менеджменту і маркетынгу ў арганізацыі праектнага прадзюсіравання. Распрацаваны і адаптаваны вучэбны план падрыхтоўкі прадзюсераў сацыякультурнай сферы.

Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны прадзюсерамі, работнікамі дзяржаўных устаноў культуры і камерцыйных арганізацый з мэтай удасканалення арганізацыі і кіравання ўстановамі сацыякультурнай сферы, выкладчыкамі прадметаў спецыялізацыі "прадзюсерская дзейнасць" пры складанні вучэбных планаў падрыхтоўкі спецыялістаў, распрацоўцы праграм курсаў.

RESUME

Garustovich Natallia Producing activity in the contemporary social-cultural sphere in Republic of Belarus

Key words: social-cultural sphere, producer, functions of producing activity, art of elite and popular art, organization of creative process, project producing, ways to perfect, marketing instruments.

Object of study: producing activity in the structure of social-cultural sphere in the Republic of Belarus.

Aim of study is the theoretical and methodical basis of the producing activity in the social-cultural sphere.

Scientific novelty and importance of study is in theoretical basis and methodical grounds of producing activity in the social-cultural sphere. The historical sources of producing in the culture in Belarus were defined, functions of producing activity were differentiated, producers of social-cultural sphere were classified. The model of project producing in the state, commercial and non-commercial sectors was adapted in the capacity of way to perfect producing in culture and art. We worked up the subject of utilization of project management methods and marketing instruments in the producing process. The curriculum for study of producers for social-cultural sphere was worked out and tested.

The conclusions and results of the study may be used by producers, workers of state cultural institutions and commercial organizations with the purpose to perfect the management and organization, by teachers of subject "producing activity in social-cultural sphere" for the working out of curricula and course study programs.

Научное издание

Гарустович Наталья Викторовна

**ПРОДЮСЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени
кандидата педагогических наук

Подписано в печать 25.04.2003 г. Формат 60х84 1/16. Бумага писчая № 2
Усл. печ. л. 1,16. Уч.-изд. л. 1,0. Тираж 100 экз. Зак. 117.

Ризограф Белорусского государственного университета культуры
220001, г.Минск, ул. Рабковская 17.