

СОВРЕМЕННЫЕ УСЛОВИЯ ПРОДЮСИРОВАНИЯ В ИНДУСТРИИ ДОСУГА

*Малинина Лидия Андреевна,
студентка 3 курса направления подготовки
«Социально-культурная деятельность»
Чувашского государственного института культуры и искусств*

*Научный руководитель – Малова Диана Владимировна,
магистр социально-культурной деятельности, старший преподаватель
кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности
Чувашского государственного института культуры и искусств*

АННОТАЦИЯ

Изменения, произошедшие в России в постсоветский период, вследствие перехода к рыночным отношениям, сказались на появлении новых видов структур в сфере услуг населению, к которым относится продюсирование в индустрии досуга. Сам институт продюсирования был сформирован в России в конце XIX века и просуществовал до 1917 г. На смену продюсированию, как одному из видов предпринимательства в области культуры к XIX века пришла государственная вещательно-производственная монополия советского государства, с которой началось свертывание свободы продюсирования. За этот период институт продюсирования в России был забыт, и начинать его надо было заново. Одним из первых видов продюсирования было продюсирование телевидения. Что касается продюсирования в индустрии досуга, то это совершенно молодая структура, требующая особого к ней отношения со стороны государства, т.к. в нее вовлечено население, являющееся огромной аудиторией страны.

Ключевые слова: продюсирование, индустрия досуга, продюсер, досуг, развлечение.

Отдых и развлечения являются необходимой составляющей полноценной жизни индивида. Лишь при наличии такой деятельности человек может открыть новые горизонты, строить гармоничные отношения с окружающим миром. Отдых и развлечения позволяют человеку создавать собственный внутренний мир, в котором можно мечтать, думать и быть самим собой. Досуг – это единство досугового времени и досуговой деятельности, которые взаимопределяют друг друга и способствуют саморазвитию личности, ее самоорганизации и самореализации. Происходит внедрение технологических принципов в процесс организации досуга и, тем самым создается новая отрасль отечественной экономики – индустрия досуга [1, с. 464].

Что же такое индустрия досуга? Индустрия досуга – это сфера профессиональной деятельности, ориентированная на отдых людей. Поэтому наряду с техникой в индустрии досуга важно вовлечение людей в игровую деятельность, активное творчество. Толковый словарь С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой указывает, что индустрия – «то же, что промышленность», а промышленность – это «отрасль производства, охватывающая переработку сырья, разработку недр, создание средств производства и предметов потребления» [2, с. 42-45].

Индустрия отдыха, индустрия развлечений, индустрия праздника, шоу-индустрия,

анимационная индустрия, индустрия семейного досуга, индустрия детского отдыха и досуга, творческая индустрия, музыкальная индустрия, индустрия кино, индустрия туризма, event-индустрия и другие. Все это относится к продюсерской деятельности, направленные на удовлетворение досуга населения.

Процесс продюсерской деятельности в индустрии досуга имеет свои особенности, технологию, но вместе с тем подчиняется законам, характерным и для других видов общественной деятельности. Необходимость творческой и экономической составляющей видна невооруженным глазом. Организацию любого проекта обеспечивают управленческие отношения. К тому же организация проекта начинается с идеи, подбора артистов и других участников, ответственных за различные участки процесса.

Под понятиями продюсерская деятельность и продюсирование подразумевается деятельность, направленная на организацию и решение поставленных задач, направленных на реализацию проекта [3, с. 128].

Продюсирование проекта – это сложный и многоуровневый процесс, который требует от продюсера отдачи всего себя, т. е. сил, времени и нервов. Основной задачей продюсера является – создание и продвижение идеи. Это – один из главных этапов создания проекта. Термин «продюсер» появился в Голливуде в начале двадцатого века, когда в результате образования киноиндустрии появилась необходимость в человеке, который бы решал все вопросы, связанные с процессом производства фильма, и нес ответственность за его успех. Кто же такой продюсер? Продюсер (англ. от producer «производитель») – специалист, который принимает непосредственное участие в производстве проекта, регулирует (или помогает регулировать) административные, технологические, творческие или юридические аспекты деятельности, регулирует политику при выполнении какого-либо проекта [4, с. 130].

Продюсерская деятельность в индустрии досуга связана с раскруткой проекта, которая включает в себя не только концертную деятельность, информационную поддержку, но и мерчандайзинг (от англ. merchandising – искусство торговать), участие в фестивалях и т.п. Таким образом, появляется проект.

Для достижения успеха в этой сфере деятельности профессиональному продюсеру, необходимо знать все основные компоненты индустрии досуга как отрасли, иметь четкое представление о роли и функциях продюсера. Чтобы создать продукт, нужно приложить много сил и энергии, для того чтобы успешно его продать.

Именно продюсер, выполняет весь процесс организации работы по проекту, тем самым формируется его управленческая деятельность, называемая менеджментом. Менеджмент — это средства, методы и виды управления людьми и производством для достижения поставленных целей. Таким образом, продюсер - это организатор творческих, управленческих, правовых и экономических событий, процессов и явлений [5, с. 160].

Философия продюсирования есть искусство связывать различные обстоятельства и ресурсы с целью сотворить что-то новое. Поэтому успешное продюсирование – это синтез отличной идеи и искусства ее продажи.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что для успешного продвижения проекта продюсеру в индустрии досуга нужно быть настоящим профессионалом, разбираться во всех аспектах своей деятельности и уметь вовремя среагировать на кризисные ситуации.

Литература

1. Андреева С. В. Феномен досуга : история и современность // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 3. – С. 42–45.
2. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. – М. : Издательство

УНЦ ДО, 2004. – 130 с.

3. Болховитинов В. Н. Твое свободное время. – М., 1997. – 464 с.

4. Романов Е. В. Стратегический менеджмент. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.

5. Цветкова А., Шапиро В. Управление проектами. Справочник для профессионалов. – М. : Омега-л, 2013. – 1280 с.