

ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МУЗЫКАЛЬНОЙ И КИНОИНДУСТРИИ

Артамонов Н.Н.

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, студент 4 курса, кафедры культуроведения и
социокультурных проектов*

e-mail: Dante.A.N.N@yandex.ru

Продюсерская система и ее основные принципы были заложены в конце 10-х, начале 20-х годов прошлого века в Голливуде. Первым полем деятельности для продюсеров оказалось игровое кино. С приходом продюсеров отрасль кинематографа из простого развлекательного искусства, зародившегося за счет последних научно-технических изобретений превратилась в настоящую индустрию. Отныне создание кинофильмов было поставлено на своеобразный конвейер.[1]

Голливудская система создания кино, которая существует более ста лет работы действует и по ныне: продюсер занимается подбором и при необходимости приобретением сценария для будущего кинофильма, затем он приглашает режиссера, набирает при помощи кастинга или специальных приглашений актерскую команду, собирает технический персонал, решает юридические вопросы и, разумеется, обеспечивает финансирование проекта путем займов, кредитов и, что гораздо реже (несмотря на распространенное мнение) собственными средствами.[2]

Алгоритм действия современного кинопродюсера, опирающегося на опыт работы прошлых поколений выглядит примерно так. Все начинается с этапа поиска материала – продюсер выбирает основу для будущего фильма. Это может быть, как и собственная оригинальная идея, так и реальные исторические события, народный фольклор и эпос, книга или другое художественное произведение. В последнее время стало модным делать экранизации видеоигр, современного фольклора (как например «городские легенды») и переснимать уже существующие картины (так называемые ремейки). Итог этого этапа – готовый сценарий, желательно написанный талантливым и грамотным сценаристом. Уже на этой стадии проект должен быть перспективным и актуальным, должна быть определена целевая аудитория. [3]

Затем следует этап поиска финансирования – после того, как продюсер окончательно оформил сценарную основу будущего фильма необходимо найти источники финансирования. О некоторых из них говорилось выше. На этом этапе важно не только заручиться финансовой поддержкой, но и полностью распланировать бюджет будущей ленты учитывая кроме прочего и возможные риски. [4]

Следом идет этап поиска актерского состава и съёмочной группы – этот этап один из самых важных для продюсера, так как от выбора актеров зависит успех картины. Обычно чем известнее и популярнее актеры, тем популярнее фильм, однако стоит учитывать, чтобы каждый актер точно попадал в свой образ и был уместен. Иногда молодые и перспективные актеры серьезно превосходят опытных, но уже «приевшихся». Также не менее важен и прочий персонал, работающий над кинофильмом: операторы, дизайнеры, монтажеры, мастера по свету и спецэффектам, композиторы ... - их работа не остается незаметной, а под час и резко врезается в память зрителя.

Следующий этап - этап организации процесса съемки – на этом этапе продюсеру необходимо построить процесс непосредственно киносъёмки на основе существующего бюджета, рейдеров требований режиссера и возможностей актерского и технического состава. Важно грамотно выбрать места съемки, организовать транспортировку необходимого оборудования, реквизита, декораций. Также иногда возникают проблемы по юридической части, например, из-за несогласованности съемок с местными властями (особенно за рубежом) или из-за нарушения авторских и смежных прав. Решением этих проблем тоже занимается продюсер кинофильма.

Далее идет этап организации монтажа, озвучивания и создания спецэффектов кроме этих процессов продюсеру необходимо решать любые проблемы, возникающие на съёмочной площадке, выкупить необходимые права и определиться с наиболее выгодным временем для выхода фильма. [5]

Наконец Выход фильма и постпродакшн – любой, даже уже состоявшийся проект необходимо поддерживать. Это касается и кинопроектов. На стадии постпродакшена продюсер может работать со СМИ, решать маркетинговые вопросы, заниматься дистрибуцией выпускаемой студией продукции, готовиться к возможному выходу продолжения.

Перед каждым продюсером стоят разные задачи, но главная цель — это грамотно организовать съёмки фильма и сделать всё возможное, чтобы тот был успешным. Кроме основного (генерального) продюсера на студии обычно есть и другие: исполнительный продюсер – занимается как правило чисто финансовыми вопросами, ассоциированный продюсер выступает как консультант и помощник основному продюсеру, линейный продюсер следит за бюджетом и каждодневным кинопроизводством.

Одними из самых именитых продюсеров Голливуда являются Стивен Спилберг, самый кассовый режиссёр, Джеймс Кэмерон, известный такими лентами, как «Аватар» (3 премии Оскар) и «Титаник» (11 премий Оскар) и, конечно же, Джордж Лукас, создатель «Звездных Войн». [6]

Не обойтись без продюсеров и в музыкальной индустрии. Ведь музыка - одно из главенствующих направлений искусства. В музыкальной индустрии есть несколько видов продюсеров: исполнительный продюсер обычно отвечает только за финансирование проекта, продюсер выступающий звукоинженером работает со звучанием группы или музыкального исполнителя (хотя далеко не всегда звукоинженеры являются продюсерами), а непосредственно музыкальный продюсер, занимается выпуском музыкальной продукции, следит за качеством звучания, стилем и имиджем исполнителя. И музыкальные продюсеры могут брать под свое начало определенных исполнителей, и исполнители могут сотрудничать с определенным продюсером. [7]

Иногда музыкальные продюсеры сочетают в себе все три вида музыкального продюсирования. Тогда он занимается и созданием концепции музыкальной продукции (сингл, альбом, сборник, клип), и постобработкой этой продукции (сведение, микширование, мастеринг), и организацией выступлений (на радио, шоу, фестивалях), и организацией концертных туров, и общей идеологии своего музыкального проекта, и, наконец финансированием этого проекта.

Но не редки случаи, когда музыкальные исполнители, достигшие определенной известности и финансовой свободы самостоятельно продюсируют свои работы. Это необходимо им для выпуска некоммерческих песен и альбомов, произведений «для души», которые вряд ли окупятся в продажах. Однако продюсеры иногда идут своим подопечным на встречу и помогают с выпуском таких работ. Есть и студии звукозаписи, и музыкальные лейблы, которые специализируются именно на независимых исполнителях и их работах. [8]

Есть несколько аспектов эффективной работы музыкального продюсера с исполнителем: продюсер должен быть компетентным, образованным и коммуникабельным, чтобы работать со всеми необходимыми ему людьми, начиная от самого артиста и заканчивая инвесторами. Также продюсер должен отлично ориентироваться в музыкальном рынке, перспективных направлениях и актуальности творчества его подопечных. Нельзя останавливаться на достигнутом, музыкальный

проект необходимо постоянно совершенствовать, даже если он находится на пике своей популярности.

Работа продюсера начинается с поиска будущего артиста, и он должен подойти к этому процессу со всей серьезностью. Важно уже на ранней стадии рассмотреть талант, перспективность исполнителя и возможность его раскрутки. Для того чтобы найти талантливого исполнителя продюсеры прослушивают и просматривают сотни демопластинок и выступлений, выложенных в Интернет, посещают десятки ночных клубов и местных мероприятий.

После того как артист найден начинается работа в студии. Но со студией также необходимо определиться. Лучше всего работу с еще не известным исполнителем начинать в уже достаточно известной и раскрученной студии. Это предотвратит многие проблемы и будет легким, как для музыканта, так и для самой студии.

После того как музыкальный материал будет готов, необходимо начать его раскрутку. Первое, что обычно делает продюсер – это выпуск сингла и клипа. Съемку клипа лучше всего доверить уже состоявшемуся клипмейкеру, даже если работа с ним обойдется дороже, чем с его менее раскрученными «собратями». [9]

Когда работы над синглом и клипом завершаются, наступает черед их ротации (на радио и телеканалах, соответственно). На этом этапе продюсеру особенно помогают его связи в мире шоу-бизнеса, благодаря которым он может сэкономить.

Далее необходимо разрекламировать уже самого исполнителя. Для этого можно использовать интервью с ним, прямую рекламу, маркетинговые выступления и даже так называемый «черный пиар» - роспуск слухов и сплетен об исполнителе ради привлечения к нему всеобщего внимания. Однако важно не перестараться, создав артисту или группе отрицательный имидж.

В число известных западных продюсеров входит много действительно талантливых людей, среди них есть такие как Тимоти ЗакарМосли более известный как Timbaland в первую очередь известный своей работой с Мисси Эллиот, Jay-Z, Джастином Тимберлейком и Нелли Фуртадо. Альбомы Тимберлейка и Фуртадо под руководством Тимбаленда, а также его собственный студийный альбом изменили звучание поп музыки в середине двухтысячных годов. Не менее известным оказался и относительно рано начавший свою деятельность марокканец Надир Хайат. После того как он перебрался в Нью-Йорк и встретил Стефани Джерманотту его жизнь круто изменилась – он стал известен как RedOne, а Стефани как LadyGaGa.

Ну а если брать продюсеров более ранних эпох, то стоит упомянуть о Фладе (настоящее имя Марк Эллис), известным по своей работе с альтернативными группами

90-х (U2, DepecheMode и NineInchNails), Куинси Джонсе, продюсере самого Майкла Джексона в 80-е (в том числе и его альбома Thriller, который стал самым продаваемым в мире) и Алане Парсонсе, известному по работе с рок-группой PinkFloyd. [10]

В качестве итога можно отметить, что продюсирование на западе сильно отличается от отечественного. В первую очередь, это связано с тем, что местом зарождения продюсирования как профессионального вида деятельности являются США. Как в Соединённых Штатах, так и на Западе в целом система продюсирования насчитывает уже десятки лет продуктивной работы. Продюсерство на Западе целая индустрия, четко слаженная и оточенная. Этот вид деятельности не ограничивается финансированием и руководством проекта. Продюсер занимается подбором людей и специалистов и персонала, заключает необходимые контракты, решает возникающие проблемы технического плана. Продюсеры на западе заняты проектом на всех этапах его разработки, начиная от создания идеи и заканчивая пост-продакшеном уже после его выпуска. Во владении продюсера находятся рекламная компания и PR. Но главной задачей продюсера является выпуск качественного, окупающегося проекта в назначенный срок. И может быть если отечественные продюсеры с большим рвением и профессионализмом брались за проекты своих подопечных, и старались заработать не на них, а вместе с ними; не давить на них и диктовать собственные условия, а грамотно и четко развивать их проекты – тогда и конечные продукты их деятельности были бы на порядок лучше.

Литература и источники:

- 1.Грин Э. Креативность в публичных отношениях. - СПб.: Нева, 2004;
- 2.Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. - СПб.: Питер, 2005;
- 3.Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 1990;
- 4.Корнеева С. Как зажигают «звёзды». – СПб.: Питер, 2004;
- 5.Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях :Дис. ... канд. экон.наук : 08.00.05 Москва, 2006;
- 6.Кушнир А..Хэдлайнеры. – СПб.: Амфора. 2007.;
- 7.Невзлин Л. Б. Публичных отношений. Кому это нужно? М.; 1993;
- 8.Корнеева С. Как зажигают «звёзды». – СПб.: Питер, 2004;
- 9.Панасов И.В. Шоу-бизнес. - М.: ЭКСМО, 2004;
- 10.<http://ru.wikipedia.org/wik> свободная энциклопедия «Википедия».

11. Долженкова М. И. Современные тенденции развития информационно-просветительных технологий социально культурной деятельности – Вестник Тамбовского Университета. Серия Гуманитарные науки, №2-2, 2011;

12. Долженкова М.И. Социально-культурное проектирование. Учеб.пособие -. Тамбов: Першина, 2005.