

Н. В. Гарустовіч,
*аспірантка кафедры менеджменту
сацыякультурнай сферы*

ПРАДЗЮСЕРСКАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ У СФЕРЫ МАСТАЦТВА

Мастацкая творчасць — вельмі спецыфічны від чалавечай дзейнасці, у ім ствараюцца свае законы, свае адносіны паміж удзельнікамі мастацкага працэсу і спажыўцамі. Пры разглядзе суадносін у сістэме “мастак — грамадства” на першае месца ставіўся менавіта мастак. Як чалавек свайго часу, ён адлюстроўвае думкі і погляды сваіх суайчыннікаў, як грамадзянін, у творчасці і ў грамадскай дзейнасці спрыяе сацыяльнаму развіццю, як мастак, садзейнічае развіццю мастацтва, духоўнаму росту чалавецтва. Адначасова трэба ўлічваць, што грамадства выступае як заказчык таго ці іншага твора, а мастак — як спецыфічны выканаўца гэтага заказу. І магчымасці нашага рынку будучы расці не толькі ў аднаведнасці з запытамі пакупнікоў, а і з магчымасцямі мастака даць спажыўцу тое, што яму сапраўды трэба. «Мастацкі твор — гэта зусім асаблівы тавар, ён часта “не ідзе” не таму, што няма патэнцыяльнага спажыўца ці што не дазваляе гандлёвы апарат, а таму, што ў грамадства няма сродкаў, каб быць спажыўцом такой каштоўнай рэчы, як сапраўднае мастацтва» (5, с. 161).

Зразумела, сістэма адносін паміж мастаком і грамадствам вельмі складаная і спецыфічная. Яна патрабуе разумнага і эфектыўнага рэгулявання, якое выконваюць сёння грамадска-дзяржаўныя арганізацыі ў сферы культуры, а таксама камерцыйныя ўстановы. Значную ролю ў гэтым працэсе выконвае новая ў нашай сістэме спецыяльнасць “прадзюсер у сферы мастацтва”. Трэба адзначыць, што пераход эканомікі рэспублікі на рыначныя адносіны стварыў своеасаблівыя ўмовы, пры якіх спецыяльнасць “прадзюсер” не можа быць дакладна ўзята

з іншаземных аналагаў, яна павінна быць адаптавана да супярэчлівага і неадназначнага працэсу развіцця беларускай культуры.

У параўнанні з іншымі эканамічнымі фактарамі мастацкага працэсу найменш вывучаны. Адзначым, што хаця гэтыя рычагі і паддаюцца свядомаму рэгуляванню (напрыклад, вызначэнне памераў ганарару за розныя віды творчых работ), але ж іх дзеянне мае больш стыхійны характар (прычым у розных відах мастацтва ў рознай ступені). Іншымі словамі, дзеянне эканомікі часам дае не той вынік, на які былі разлічаны адпаведныя меры па матэрыяльным стымуляванні творчай працы.

Сэнс прадзюсерскай дзейнасці не ў ненасрэдным умяшанні ў мастацкі працэс, а ў стварэнні ўмоў яго існавання, у тым ліку і эканамічных. І тут надзвычай важна стаіць пытанне аб тым, для каго і з якой мэтай ствараецца той ці іншы мастацкі твор.

Веданне метадалагічных асноў прадзюсерскай дзейнасці ў сферы мастацтва, характарыстыка асаблівасцей нацыянальнай культуры і грамадства як агульнага асяроддзя даюць магчымасць вызначыць вельмі значныя і адказныя функцыі дзейнасці прадзюсера. Яго місія – рэалізацыя талентаў і творчага патэнцыялу чалавека; прасоўванне прадуктаў культуры на рынку, іншымі словамі, іх сацыялізацыя і папулярызацыя; задавальненне патрабаванняў грамадства; выхаванне яго густаў; стварэнне ўмоў для творчага працэсу мастакоў і яго арганізацыя.

Разам з тым прадзюсер выконвае шэраг агульных і спецыфічных прафесійных функцый, якія звязаны з прадстаўленнем інтарэсаў мастака.

Спецыфічныя функцыі прадзюсерскай дзейнасці:

— садзейнічанне развіццю культуры праз паспяховае прадстаўленне суб'екта на рынку, рэалізацыю праектаў і праграм па развіцці мастацтваў;

— забеспячэнне прыбытку ад дзейнасці суб'екта;

— стварэнне ўмоў для рэалізацыі творчых задач суб'екта, яго развіцця;

- прадстаўленне і абарона інтарэсаў суб'екта на рынку;
- падтрымка ўстойлівага становішча суб'екта на заваяваным рынку;
- засвойванне новых шляхоў творчай дзейнасці суб'екта ў адпаведнасці з патрабаваннямі грамадства;
- прасоўванне прадуктаў творчай дзейнасці суб'екта на рынку, садзейнічанне іх папулярызачыі.

Пералічаныя функцыі высвятляюць дзейнасць прадзюсера не толькі з пункту гледжання мастацтва і мастакоў, інтарэсы якіх ён абараняе, але і з пазіцыі доўгачасовых інтарэсаў грамадства. Рынак вельмі жорстка вырашае, каго будзе слухаць, глядзець, чытаць спажывец і што застанеца незаўважаным ці ўвогуле не будзе існаваць. Гэта з аднаго боку. З другога, сёння жыццёва неабходна фарміраванне такой сістэмы культуры, якая зможа стымуляваць некамерцыйны сектар, бо менавіта ён адпавядае тым самым доўгачасовым інтарэсам грамадства.

Сённяшні тавар сацыякультурнай сферы, які яшчэ не зусім адпавядае патрэбам і ідэалам сучаснага грамадства, у большасці сваёй залежыць, на жаль, ад крыніц і памераў атрымліваемых фінансавых сродкаў і існуючага матэрыяльна-тэхнічнага забеспячэння. Не трэба бачыць у гэтым нешта неадэкватнае, уласцівае толькі нашай краіне і яе цяжкаму становішчу, бо праблема фінансавання культуры, асабліва сапраўднага высокага мастацтва, характэрна нават тым краінам у свеце, якія вылучаюцца высокім жыццёвым узроўнем і моцнай эканамічнай базай. Шляхі яе вырашэння вельмі розныя, яны залежаць не толькі ад агульнага дабрабыту і нацыянальных традыцый, але вызначаюцца канкрэтнай культурнай палітыкай, якую вядзе дзяржава і якая знаходзіць водгук у грамадстве і ажыццяўляецца з дапамогай камерцыйных, грамадскіх і дзяржаўных устаноў.

Пераход да эканамічных формаў гаспадарання выклікаў з'явы, якія І.М.Шэйман (1, с. 23) прапануе

пераадолець шляхам фарміравання эканамічных механізмаў, стварэння такога асаблівага “трэцяга сектара”, які адрозніваецца па шэрагу прынцыповых рыс як ад дзяржаўных структур, так і ад прыватных, прадпрымальніцкіх. Такія ўстановы нават ў рыначных адносінах застаюцца некамерцыйнымі, у тым сэнсе, што яны арыентуюцца не на сучаснага спажыўца і задавальненне яго надзённай патрэбы, а на задавальненне патрэбы мастака ў тым, каб тварыць, што і задавальняе патрэбу грамадства ў перадавых групах і элітарным мастацтве.

Некамерцыйны сектар з’яўляецца асноўным напрамкам прадзюсерскай дзейнасці ў сферы мастацтва, развіццё якой дае магчымасць мастаку папулярываць высокамастацкі твор і не думаць аб задавальненні патрэб грамадства, бо дадатковыя сродкі фінансавання не патрабуюць ад твора быць «хадавым». Некамерцыйны кірунак прадзюсерскай дзейнасці адпавядае сучаснаму становішчу сацыякультурнай сферы Беларусі, але ён патрабуе высокакваліфікаваных спецыялістаў. Падрыхтоўка прадзюсераў шоу-бізнесу, кіно, выстаў можа расцэньвацца як эфектыўны шлях развіцця сацыякультурнай сферы.

1. *Коммерческая* и некоммерческая деятельность в социальной сфере / Под ред. И.М.Шеймана. — М.: Наука, 1995. — 342 с.

2. *Культура* в условиях рыночной экономики / Под ред. Ф.Ф.Рыбакова. — СПб.: Санкт-Петерб. гос. ин-т культуры, 1992. — 86 с.

3. *Культура* на перепутье / Под ред. Б.Ю.Сорочкина. — М.: Наука, 1994. — 287 с.

4. *Разлогов К.Э.* Конвейер грез и психологическая война. — М, 1986. — С. 50—55.

5. *Разлогов К.Э.* Коммерция и творчество: враги или союзники.— М.: Искусство, 1992.— 271 с.