



## Перспективы профессиональной подготовки продюсеров в контексте развития кинобизнеса в России

**В.И. Сидоренко**

кандидат экономических наук, профессор

УДК 336.6

АННОТАЦИЯ

*В статье раскрывается история введения в России одного из наиболее востребованных в рыночной экономике профессионального стандарта — подготовка продюсеров в области кино и телевидения. Рассматривается многоаспектность и междисциплинарность этой специальности при получении знаний в рамках образовательного процесса. Сопоставляются критерии подхода и методики обучения профессии в России и ряде зарубежных стран. Обуславливается необходимость введения в образование новых, сопряженных с продюсерством, специализаций в сфере кинопроизводства в связи с ускорением производственных процессов и развитием в России цифровой экономики.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

кинобизнес,  
продюсерство,  
образовательный  
стандарт,  
девелопмент,  
дистрибуция

В России кинобизнес переживает очередной этап реформирования в связи с бурным развитием технологической революции, становлением цифровой экономики. Подробного рассмотрения требуют проблемы повышения качества отечественных фильмов, их зрелищного потенциала, расширения киносети и преодоления пиратства, корректировки механизмов государственной поддержки кинопроизводства и внедрения экономически обоснованных, прозрачных для субъектов кинобизнеса моделей распределения доходов от кино. Все эти и многие иные вопросы связаны с подготовкой кадров нового поколения в области кинопроизводства, необходимостью их адаптации к изменениям, происходящим в настоящее время на практике. Среди этого конгломерата вопросов — проблема подготовки продюсеров новой формации, способных не только адаптироваться к цифровым трансформациям, но и привлекать финансовые средства в производство фильмов, содержательно соответствующих когнитивным ожиданиям зрителей, выдвигается, пожалуй, на первое место.

## **Новый профессиональный стандарт в российском кинопроизводстве**

Прошло 15 лет с тех пор, как по инициативе ВГИК при поддержке Гильдии продюсеров России в 2003 году был осуществлен первый в истории отечественного кинематографа набор студентов на специальность «Продюсерство кино и телевидения». Однако этому предшествовала большая и трудоемкая работа — разработка Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования в области культуры и искусства, согласованного с представителями кинообщества и ведомствами (Минкультуры России, Минобрнауки России), формирование учебных планов, подготовка учебно-методических материалов, учебников. Была утверждена структура специальных дисциплин, где учитывался и зарубежный опыт подготовки продюсеров для аудиовизуальной сферы (США, Великобритании, Германии, Португалии и т. д.). При введении принципиально новой для российского кино специальности учитывались не только содержание образовательного стандарта, его структура и наполнение учебного процесса, но и система отбора абитуриентов. Иначе говоря, во введенном Государственном стандарте в полной мере нашли отражение функциональные обязанности продюсера аудиовизуальной продукции в рыночных условиях, а также его роль и место в процессе кинопроизводства. Воедино были связаны как творческие, производственные, социальные, технологические и экономические факторы, необходимые для создания фильма, так и реклама, сопутствующая кинопродукции, а также прокат. Были учтены ведущие критерии этой специальности. Продюсер, принимая на себя персональную ответственность за инициацию и формирование художественной идеи, ее реализацию в виде готового произведения, включая продвижение фильма к зрителю, должен обладать не только глубокими знаниями в различных сферах деятельности (гуманитарная, социальная, экономическая), но прежде всего иметь познания в области кинематографических профессий. А это и кинодраматургия, режиссура, операторское мастерство, и монтаж, звуковое оформление фильма, организация производства и экономика аудиовизуальной сферы, предпринимательство, кинотелетехника, правоведение и другие.

Именно в междисциплинарности знаний и заключается сложность обучения этой специальности. Продюсерство — это предпринимательская деятельность в сфере духовного производства, принципиально отличающаяся по своему содержанию от производства материальных благ. И стержнем здесь являются не знания техники или технологий, а личностные качества прежде всего

самих продюсеров. В этой связи и основное содержание процесса подготовки продюсеров должно быть ориентировано не на освоение репродуктивных функций, общих для всех видов предпринимательской деятельности, а на культивирование личностных качеств будущих профессионалов, их способность к генерированию креативных идей и воплощению этих идей в реальном производстве. Только тогда предпринимательская деятельность вызовет позитивный резонанс среди потребителей кинопродукции. Функциональные обязанности продюсера столь многочисленны и разнообразны, что от коллектива педагогов, ведущих их подготовку, требуется создание оригинальной специализированной образовательной программы, соответствующей стратегическим целям развития образования в области кинематографии и телевидения, потребностям рынка труда.

При освоении учебной программы по специальности будущий продюсер должен решать множество профессиональных задач, а именно:

- участвовать совместно с авторами аудиовизуального произведения в разработке творческо-постановочной концепции кино- и телепроекта, обладать навыками его подготовки и реализации;
- осуществлять экспертную оценку художественных особенностей проекта, уметь проектировать зрительскую реакцию, предоставлять творческим работникам (кинодраматург, режиссер, кинооператор, композитор, звуко-режиссер, художник, артисты) право на квалифицированную экспертную оценку;
- руководить реализацией художественного проекта в аудиовизуальной сфере, включая обеспечение творческо-постановочного и технологического процесса на этапах подготовки, съемки, монтажа, звукового оформления аудиовизуального произведения с учетом его продвижения в кино-, видео-, теле- и интернет-аудиторию;
- владеть знаниями технологии кино- и телепроизводства, используемых в этом процессе технических средств, обладать способностью определять постановочную сложность кино- и телепроекта, его сметную стоимость и источники ресурсного обеспечения;
- уметь использовать в процессе создания аудиовизуального произведения весь спектр творческо-постановочных и технических возможностей экранных технологий;
- осуществлять руководство процессом создания и реализации творческих проектов в аудиовизуальной сфере,

уметь разрабатывать оптимальную тактику в рамках проката и рекламного обеспечения, а также способствовать объединению и направленности творческо-производственной деятельности авторов аудиовизуального производства, других работников группы;

- быть готовым к исполнению обязанностей руководителя подразделением, а также руководителя кино-, теле- и видеостудией, продюсерской компанией.

### **Нормативно-правовое обоснование специальности «продюсер»**

Особую роль в деятельности продюсера играют юридические грамотно выстроенные отношения с участниками кинопроцесса, прежде всего, с авторами фильма, а также правовые аспекты отдельных компонентов, включенные в аудиовизуальное производство. Роль и место продюсера кино и телевидения законодательно определены нормами Гражданского кодекса РФ, Федеральным законом «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» (от 12.11.2012), а также квалификационной характеристикой продюсера телевизионных и кинофильмов, утвержденной приказом Минздравсоцразвития (от 30.03.2011 № 251н). Продюсер (в п. 4 ст. 1263 Гражданского кодекса РФ он определяется как «изготовитель аудиовизуального произведения»), обладающий способностями и знаниями, необходимыми для понимания культурных кодов и потребностей аудитории, работы над идеями, сценариями и фильмами, не только должен взять на себя инициативу и ответственность по подготовке проекта, но и самостоятельно совершать действия по его созданию, организовывая большой исполнительский коллектив, где каждый участник соотносит свою роль с общим замыслом картины. Эти законодательные нормы предопределяют широкий спектр функций продюсера и никоим образом не сковывают его инициативу.

В 2014 году Министерством труда РФ был утвержден еще один нормативный акт — профессиональный стандарт «Продюсер в области кинематографии». Этот профстандарт, учитывая значение самого документа в регламентации работы продюсера и в системе подготовки кадров, включающей разработку образовательных стандартов, рабочих программ и учебных планов, подлежит оценке.

Исходить здесь следует из того, что задачи продюсера видоизменяются в зависимости от содержания и характера фильма, выбора режиссера как основного автора произведения. Если реализуется проект, где приоритетом является особый творческий почерк режиссера (кино экспериментальное, авторское), продюсер

как соучастник процесса должен сделать все, чтобы фильм пре- стал таким, каким его задумал режиссер, реализующий свою спо- собность генерировать новый киноязык. Но если фильм ориенти- рован на широкую аудиторию, иной киноязык, всю ответствен- ность берет на себя продюсер, выступая фактически движущей силой при создании и реализации фильма. В данном контексте ясно, что профессиональные обязанности продюсера не могут быть вписаны в единую номенклатуру обязанностей, поскольку каждый фильм индивидуален, и любое регламентирование (тех- нологии, организации, прав и обязанностей работника и т. д.) не должно сковывать творческий процесс. Следовательно, и сама по- становка вопроса о создании единого профессионального стан- дарта в области продюсирования лишена практической целесо- образности и не может быть реализована в условиях производ- ства аудиовизуальной продукции, которая имеет широчайший спектр видов, направлений, стилей и жанров. Это и авторское кино, и массовое, и документальное, это также телефильмы или программы, анимация, мультимедийные продукты, кинолето- писы, событийные фильмы, научно-популярное кино и так далее.

Поэтому стоит лишь сожалеть, что в Профессиональном стандарте 2014 года основные функции продюсера сформулиро- ваны не как созидательная предпринимательская деятельность в едином творческом коллективе, а сведены скорее к контроль- ным функциям — обеспечение съемочной группы материалами, техникой; соблюдение требований охраны труда и техники безопасности, соблюдение графика съемок и т. д. Принятый стандарт свидетельствует о непонимании особенностей кинопроцесса, места и роли в нем кинопродюсера. Стоит подчер- кнуть, что кинопродюсер не «контролирует» процесс реализации кинопроизведения, а собственными усилиями его осуществляет и обеспечивает, управляя как процессом киносъемки, так и ре- ализацией аудиовизуальной продукции. Более того, вне внимания разработчиков этого стандарта остались важнейшие вопросы выработки стратегии и тактики продвижения фильма по всем каналам реализации аудиовизуального произведения, процеду- ры создания эффективной рекламы, пиар-акций. Несомненно, такой нормативный акт требует либо кардинальной переработки и нового утверждения, либо просто отмены, поскольку лишь ус- ложняет процедуру создания кинопродукции.

### **Критерии процесса обучения, введение специализаций**

Анализ подготовки профессиональных кадров продюсеров выявил и ряд нерешенных задач, обозначив новые перспективы

развития этой деятельности. В рамках потребностей студий, телекомпаний, продюсерских фирм и других кино-, теле- и видеоорганизаций по специальности «Продюсерство» было введено поначалу четыре, а затем, начиная с 2017 года, пять специализаций, востребованных на медиарынке. Это — «*продюсер кино и телевидения*», «*линейный продюсер*», «*продюсер телевизионных и радио-программ*», «*продюсер мультимедиа*» и «*продюсер дистрибуции*». Каждое из этих направлений требует соответствующего наполнения в части учебного, практического, методического и кадрового обеспечения. Одно из важных требований состоит в том, что кураторство и обучение студентов в специализированных группах должны вести опытные педагоги, совмещающие преподавательскую деятельность с активной практикой в кинопроизводстве. Оптимальное число обучающихся в каждой из таких групп — от 12-ти до 14-ти студентов. И учитывая настоятельную потребность в кадрах продюсеров различных специализаций, целесообразно обеспечить ежегодный выпуск 40–50 специалистов в рамках очной и заочной форм обучения, включая и подготовку студентов на бюджетной основе. При этом ежегодный набор обучающихся должен быть регламентирован в форме заявки.

Не стоит забывать и о подготовке учебников, учебно-практических пособий<sup>1</sup>, иных практических формах работы со студентами. В центре внимания — выпуск учебно-практических пособий, связанных с внедрением в кинопроцесс, кино- и телепоказ новых технических средств, инновационных технологий, в частности, компьютерных. Внедрение новых форматов 4D, 4K, а также процессы коллаборации кинотеатральной и телевизионной сфер, выход на большие киноэкраны премьер крупных телешоу и представлений, постепенный «уход» так называемого «драматического» кино в интернет и на телеэкран, создание новой системы дистрибуции — вся эта и иная современная проблематика находит отражение в рабочих программах по преподаваемым дисциплинам. Во ВГИКе, к примеру, в качестве самостоятельных дисциплин выделены такие предметы, как «Цифровые технологии в кинематографии», «Спецэффекты и компьютерная графика в кинопроизводстве», «Техника и технология кино и телевидения», другие.

Тем не менее серьезной проблемой в системе подготовки продюсеров остается нерешенность финансового обеспечения при создании выпускниками дипломного фильма-проекта. Защита дипломного проекта, завершающая процесс обучения, является основанием вынесения Государственной комиссией решения о результатах освоения программы специалитета. В настоящее

<sup>1</sup> Более 10-ти наименований учебников было выпущено при содействии Издательства «ЮНИТИ-ДАНА». — Прим. авт.

время, в соответствии со стандартами обучения, выпускники готовят продюсерский проект по отобранному ими литературному сценарию, представляя его в форме публичной защиты (питчингов) на заседание Госкомиссии. Но на протяжении двух последних лет, помимо «бумажных» проектов, выпускники стали представлять фильмы (обычно рекламные и/или короткометражные документальные ленты), в создании которых они участвовали в качестве продюсеров, исполнительных продюсеров. Однако продуктивнее и целесообразнее проводить подготовку таких дипломных фильмов-проектов с учетом долевого финансирования, когда на производство дипломного фильма институтом выделяются средства (по аналогии с режиссерским и операторским факультетами) в размере не более 70% от бюджета короткометражного фильма. Всю дальнейшую работу (поиск недостающих средств, заказ сценария, подготовка фильма, формирование съемочной группы, съемка и постпродакшн) студент-дипломник проводит самостоятельно при помощи и/или под контролем руководителя, выделенного кафедрой. В этом случае завершение обучения приобретает реальные контуры, повысит заинтересованность и ответственность студента. Подобная система подготовки дипломного проекта реализуется в киновузах ряда зарубежных стран, готовящих к выпуску продюсеров.

### **Зарубежный опыт в подготовке продюсеров**

В плане совершенствования подготовки продюсеров аудиовизуальной сферы полезен опыт развитых кинематографических стран, в частности, европейский. Немалый интерес в этом плане представляет исследование Объединения образовательных организаций, работающих в области киноиндустрии — «Обучение предпринимателей творческих специальностей» (Ciaklii: “Educating entrepreneurs for the creative industries”), а также действующая система подготовки кадров по специальности «Кино- и телепродюсерство» в Киноуниверситете Бабельсберг имени Конрада Вольфа (Потсдам, Германия). Если в первом материале формулируются общие подходы к проблеме, то во втором — конкретизируются принципы обучения на локальном уровне.

Характеризуя творческие индустрии, куда входят издатели и создатели контента, исполнительские искусства и аудиовизуальная сфера, исследователи отмечают их главную черту — сосредоточение на личности, индивидуальном мастерстве и таланте, что осложняет оценку и прогнозирование как доходности, так и жизнеспособности бизнеса по сравнению с другими отраслями, где индивидуальные, культурные и политические ценности

особого значения не имеют. Европейские творческие индустрии это очень динамичный сектор, создающий множество рабочих мест, с одной стороны, а с другой — состоящий, как правило, из малых и средних предприятий, которые проигрывают в конкурентоспособности из-за медленного внедрения информационно-коммуникационных технологий. Основные сложности, стоящие перед европейскими творческими отраслями, сопряжены с быстро меняющейся средой (новые технологии, цифровой сдвиг) и глобализацией. Эти процессы ведут к новым преобразованиям и возможностям, усложняя доступ к финансам (банки не располагают инструментами анализа бизнес-моделей в этих отраслях и не в состоянии полноценно оценить их нематериальные активы).

Тем не менее творческие и культурные индустрии вносят существенный вклад в ВВП всей Европы — почти 4,5%. Этот сектор является третьим по величине «работодателем» после строительных работ и услуг в области производства продуктов питания и напитков (бары, рестораны и т. д.). Кроме того, более 14 млн европейцев прямо или косвенно заняты в творческой и культурной деятельности (около 7% активного населения Европы). На первом месте — исполнительские искусства<sup>2</sup>, далее — изобразительные искусства, музыка, реклама, книжная продукция, кинематография. Три четверти общего оборота средств, получаемых от деятельности творческой сферы в Европе, генерируются пятью крупнейшими странами: Германией, Францией, Италией, Испанией, Великобританией.

<sup>2</sup> К исполнительским искусствам относят творческую деятельность актеров, режиссеров, воплощающих на сцене, эстраде, в кино, на телевидении произведения писателей и драматургов, а также чтецов литературных произведений, музыкантов, певцов, дирижеров, воспроизводящих творения композиторов. — *Прим. авт.*

Для решения финансовых проблем, стоящих перед кинокомпаниями, в Европейском союзе созданы различные схемы поддержки фильмов, которые суммарно оцениваются в 3 млрд евро (без учета налоговых льгот и вмешательств финансируемых государством банков, кредитных организаций). Российские продюсеры хорошо знакомы с так называемой «французской моделью», которая нередко фигурирует в качестве примера, когда заходит речь о поддержке национального кинематографа.

Культурное воздействие Голливуда присутствует по сути во всех уголках мира, поскольку аудиовизуальная продукция тесно связана с вопросами социальной идентификации, формированием когнитивного сознания. Вместе с тем, преобладание продукции Голливуда в аудиовизуальной сфере приводит к коммерческой и культурной конфронтации, в частности, с Канадой, европейскими странами, в первую очередь, с Францией. Однако в настоящее время прослеживается процесс, когда независимые компании отправляются из Голливуда в более дешевые для съемок места, например, в Канаду, Мексику, Европу, что влечет за

собой отток капитала, рабочей силы в конкурентные киноиндустрии. Появились и динамичные производственные центры: Париж, Пекин, Гонконг, Токио, Мехико, Мумбаи, Сидней, Нигерия. Зарубежные студии теперь заботятся о собственных экспортных рынках, а бюджеты фильмов в развивающихся странах стали быстро расти. Таким образом, киноиндустрии ведут поиск новых возможностей роста, а продюсеры отлично понимают, что сценарная история и характер повествования фильма должны привлекать мировую аудиторию, особенно, когда речь идет о блокбастерах. В последние годы голливудские студии активно создают международные офисы, чтобы локализовать производство фильмов, снятых на языках национальных меньшинств.

Эти метаморфозы в кинопроизводстве происходят уже почти 10 лет, влияя на содержание кинолента, уровень и качество подготовки кинематографических кадров, прежде всего, продюсеров. Владельцы кино- и телекомпаний, продюсеры фильмов понимают, что аудиовизуальная продукция представлена на рынке в изобилии, тогда как зрители становятся все требовательнее. Аудиторию уже мало трогают зрелищные фильмы, как это было еще несколько лет назад (видимо, сказывается пресыщенность подобным контентом). Американские драматические сериалы тоже переживают спад рейтингов по всей Европе, несмотря на их показы в прайм-тайм при линейном программировании эфирного ТВ, хотя они захватывают и долю рынка на цифровых каналах, пока с меньшей аудиторией. Американские сериалы вынуждены отныне конкурировать с драматическими сериалами, создаваемыми в Европе, где появляется все больше первоклассных постановок. Все это ставит новые задачи при планировании и подготовке проектов, их осуществлении и реализации, мотивируя профессиональное сообщество к расширению знаний, необходимых для эффективного управления творческими отраслями. Цифровые сети распространения кинопродукции существенно изменили экономические способы получения продюсерами прибыли. Трансляция и связанная с ними бизнес-модель «Подписка на видео по запросу» (SVOD) предусматривает рассылку фильмов напрямую покупателям, открывая тем самым рынок для малого независимого производства и распространения контента широкому кругу лиц.

При этом стоит подчеркнуть, что процесс продюсирования включает не только создание контента для широкой зрительской аудитории, но и поисковые, экспериментальные работы, а также реализацию авторских режиссерских замыслов и поддержку фильмов-дебютов, которые выходят за рамки коммерческого,

рыночного сегмента. Но именно на этом направлении и возникает новая проблема, когда новаторские и глубокие по содержанию, образному ряду произведения тонут в море цифрового изобилия. В этой связи маркетинг становится тем инструментарием, который не только существенно увеличивает количество кинематографического материала, доступного потребителю, но и доносит до зрителя информацию о существовании новых фильмов. Усложненные маркетинговые стратегии мотивируют продюсеров к созданию нередко экстравагантных прокатных и рекламных кампаний.

### **Факторы снижения рисков при продюсировании**

Быстро меняющаяся ситуация на рынке заставляет продюсеров и финансистов искать новые способы снижения рисков на этапе привлечения внешних инвесторов и копродюсеров с целью совместного финансирования больших кинопроектов. Включаются в процесс финансирования и государственные институты, способные создавать стимулы, обеспечивать налоговые льготы, сокращающие расходы на съемку. Ныне продюсер не может полагаться только на традиционные пути продвижения картины, он обязан использовать любые источники получения дохода, вплоть до записи трансляций, видеоигр и мерчендайзинга. Таким образом, диапазон функциональных обязанностей продюсера существенно расширяется, а для их выполнения, помимо знаний, обеспечивающих организацию кинопроцесса, требуются навыки и способности для решения предпринимательских задач. Это, кстати, мотивировало ВГИК к включению в новый Федеральный образовательный стандарт (3++) специализации «Продюсер дистрибуции». Бурное развитие телеиндустрии, технологически обновляющейся в связи с цифровизацией телеканалов, а также технологический рост интернет-сетей послужили дополнительным фактором введения в вузе этой новой специализации.

Серьезные изменения внес в развитие медиаиндустрии стриминг видеопродуктов. Стриминговый контент представляет собой аудио- или видеофайл в интернете, который при частичной его загрузке начинает воспроизводиться, не дожидаясь полного загрузки. Это позволяет использовать прямую трансляцию фильмов как метод постоянной отправки и получения контента с помощью интернета. По оценкам экспертов, более половины потребителей смотрят видеопрограммы онлайн не реже одного раза в день (в два раза больше, чем в 2010 году). Такая платная телевизионная услуга позволяет пользователю заказывать программы с использованием меню. Выбранная программа немед-

ленно передается на телеприемник пользователя, который может применять и дополнительные функции (пауза, перемотка и т. д.).

Пристрастие телезрителя к кино широко известно, и многие эксперты констатируют: индустрия телевидения становится все более похожей на кино, а киноиндустрия на ТВ. Продюсеры также начинают шире использовать метод «телевизации» фильма (превращение кинофильма в телесериал, когда каждый фильм соответствует некоей общей истории, соединяющей сюжет одного фильма с сюжетом другого фильма). Такая бизнес-модель строится на принципе непрерывности сюжета и сериальной формы повествования. Второй же причиной, в результате которой киноиндустрия становится похожей на ТВ, является рост спроса на просмотр фильмов онлайн, что сегодня становится легальным и прибыльным способом дистрибуции.

Развитие телевидения как финансового соперника мотивировало голливудских продюсеров к созданию блокбастеров. Увеличение формата экрана, Синемаскоп, овладение 3D, другими технологическими нововведениями следует расценивать как один из способов выживания киноиндустрии. Современные кинозалы располагают гигантскими цифровыми экранами, а художественные фильмы и телешоу снимаются на одном и том же цифровом оборудовании. Многие профессионалы кино перешли работать на ТВ, где есть стабильный доход, разнообразнее выбор творческих проектов. В итоге современное ТВ становится более «кинематографичным». Процессы взаимопроникновения, а подчас и слияния кинематографа и телевидения, предполагают разработку такой системы подготовки продюсерских кадров, которая позволяла бы выпускнику уверенно чувствовать себя и на съемочной площадке блокбастера, и в телевизионном павильоне при работе над ток-шоу.

Важнейшей составляющей подготовки профессиональных кинематографических кадров является обучение навыкам работы в условиях рынка. Как правило, в индустрии кино предприниматели разрываются между художественными устремлениями, возможностями трудоустройства и неопределенностью. В исследовании CIAKL II<sup>3</sup> отмечается, что современное понимание процесса создания фильмов как коллективного творчества становится все более очевидным. Роль творческого персонала и других членов команды, особенно сценаристов, признается повсеместно, в отличие от руководящей роли продюсера на этапе разработки и создания фильма. Большинство европейских студентов, выбрав работу по найму в ущерб творческой свободе (выход на работу — своего рода страховка от неопределенности), обыч-

<sup>3</sup> CIAKL II — аббревиатура названия "Cinema and Industry Alliance for Knowledge and Learning". — Прим. авт.

но избегают участия в предпринимательстве, не осознавая, что обучение предпринимательству — основа знаний, полезных в медиабизнесе. В этой связи представляется необходимым не только уточнить значение термина «предпринимательство», но и ввести в систему подготовки кадров для аудиовизуальной сферы определенный комплекс знаний, компетенций и навыков, которые будут стимулировать студентов к профессиональной деятельности, поощрять инициативу и развивать креативность, независимо от профиля их работы в будущем («на себя» или по найму).

Стоит также отметить, что в Европе и в России прослеживается определенная недооценка значимости подготовки кинопроекта как в финансовом, так и стратегическом плане, в частности, при обучении студентов девелопменту как особому виду предпринимательской деятельности. В этом плане показательные цифры: в США до 7% от общего объема дохода от реализации аудиовизуальной продукции и до 10% бюджета каждого фильма инвестируется в этап подготовки проекта, предшествующего подготовительному периоду, включая анализ рыночной ситуации и целевой аудитории. В Европе в девелопмент закладывается до 1–2% бюджета, а в России этот показатель еще ниже. Такой подход порождает в кинобизнесе непредсказуемость, сложности в отношениях продюсера и инвесторов. Все это свидетельствует о необходимости включения методик бизнес-планирования в лекционные курсы, практические занятия, связанные с содержанием и методами разработки кинопроектов, прогнозированием зрительского успеха, анализом рыночной ситуации и формированием бюджета фильма. При этом бизнес-планирование должно быть включено в программы подготовки кинопродюсеров в виде самостоятельных дисциплин или как составная часть предмета «Мастерство продюсера».

### Универсальность критериев подхода к обучению

При анализе программ обучения в киношколах мира возникает довольно разнообразная картина подходов, методов и форм подготовки кинематографической молодежи, есть методики освоения «сквозных» и «несквозных» компетенций, специализированные курсы<sup>4</sup> и курсы широкой направленности<sup>5</sup>. Применительно к специальности «Продюсерство» наибольший интерес представляет опыт подготовки кадров в Киноуниверситете Бабельсберг имени Конрада Вольфа, поскольку в этом учебном заведении, как и во ВГИКе, практикум составляет не менее 50% объема от всей учебной программы. Длительные контакты между киношколами России и ФРГ, основанные на кинематографи-

<sup>4</sup> В качестве примера можно привести курсы «Производство фильмов и ТВ-программ», «Кино и мультимедиа» и т. п. — *Прим. авт.*

<sup>5</sup> Речь идет о курсах расширенной тематики, например, «Экранное искусство», «Производство движущегося изображения», «Коммуникации» и т. д. — *Прим. авт.*

ческих и культурных связях, подтверждают плодотворность универсального подхода к обучению по специальности «продюсер».

Как и во ВГИКе, обучение студентов по специальности «Кино- и телепродюсерство» в Киноуниверситете Бабельсберг имени К. Вольфа проводится в рамках двухуровневой системы — бакалавриат и магистратура. Бакалавры осваивают основные профессиональные компетенции, в которые входят: базисные знания о прикладных исследованиях в области медиа и основная их проблематика; знание актуальных творческих и экономических проблем в сфере кино и ТВ; знания в области медиаэкономики на микро- и макроуровнях; базисное освоение производственных процессов новых медиа; приобретение компетенций в технико-технологической сфере фильмопроизводства и телепроизводства; навыки финансирования постановок и продвижения продукции на рынке; углубленные компетенции по циклу производства аудиовизуальной медиапродукции — от стадии планирования до постпроизводства; навыки работы в команде; способность формулировать творческую позицию, рассматривать творческие проблемы в контексте организационно-экономических возможностей. При этом у студентов развиваются способности к самостоятельной научной работе, творческому процессу. Цель такого обучения — подготовка к руководству производством аудиовизуальных медиа. После сдачи экзамена по специальности «Кино- и телепродюсерство» присваивается академическая степень «Бакалавр искусств», что соответствует первой ступени профессиональной квалификации. Срок обучения по данной специальности — 6 семестров, а учебный курс, состоящий из модулей, продолжается в течение 107 учебных недель, включая дипломную работу на степень бакалавра и защиту этой работы. Получение диплома «Бакалавр искусств» позволяет поступить в магистратуру, по окончании которой присваивается степень «Магистр искусств», что соответствует последующей ступени высшего профессионального образования.

Особое место в системе обучения по специальности занимает период, когда начинается работа над большим междисциплинарным кинопрактикумом, в ходе которого студенты продюсируют игровую работу (как правило, короткометражный фильм). При этом данный проект может быть осуществлен как средствами любых медиа, так и в любой форме, но в пределах возможностей, предлагаемых Киноуниверситетом.

В основном, набор дисциплин, включенных в программу обучения во ВГИКе и Киноуниверситете имени К. Вольфа, идентичен. Несомненным преимуществом подготовки кадров в

Германии является значительный объем практических занятий, съемочных работ, самостоятельно (или совместно с сокурсниками) разрабатываемых проектов как на стадии девелопмента, так и в реальном кинопроцессе. При этом ресурсное и материально-техническое обеспечение практических, учебных и дипломных съемочных работ берет на себя Университет. Важно, что одним из основных критериев оценки работы студентов является умение работать в команде, уже начиная с первого семестра. Подобная практика должна шире использоваться и в отечественных вузах при подготовке кадров продюсеров. В связи с тем, что ВГИК будет готовить нормативную базу и учебно-методические материалы, необходимые для введения в действие нового федерального образовательного стандарта высшего образования — специалитет по специальности 55.05.04 «Продюсерство»<sup>6</sup>, представляется целесообразным учесть положительный опыт работы зарубежных киношкол, включая подходы к обучению в Киноуниверситете имени К. Вольфа, с целью реализации предложения по совершенствованию подготовки кадров кинопродюсеров.

<sup>6</sup> Специалитет по специальности 55.05.04 «Продюсерство» утвержден приказом Минобрнауки России от 1 августа 2017 года № 734. — Прим. авт.

### **ВГИК: учебная программа по специальности «продюсерство» в развитии**

В 2019 году кафедра продюсерского мастерства ВГИК намерена провести первый набор студентов по специализации «Продюсер дистрибьюции». В перечень задач профессиональной деятельности в художественно-творческой области по данной специализации включены:

- инициация творческих идей рекламы и продвижения на отечественном и зарубежном рынках художественных проектов в области кинематографии и телевидения;
- самостоятельная или с участием экспертов разработка концепции оптимальной тактики реализации кино- и мультимедийных проектов;
- осуществление экспертной оценки художественных достоинств и зрительского потенциала кино-, теле- и мультимедийного контента;
- ответственность и руководство при реализации художественных проектов в аудиовизуальной сфере;
- анализ современного кинопроцесса и тенденций его развития;
- изучение социологических аспектов функционирования отечественного и зарубежного рынков киноиндустрии.

Помимо этих задач продюсеры дистрибьюции обязаны уметь решать организационно-производственные проблемы, которые

включают: организацию и обеспечение творческо-постановочного и технологического процессов рекламы и продвижения аудиовизуального произведения среди кино-, теле- и интернет-аудитории; объединение и направление творческо-производственной деятельности авторов рекламы, некоммерческих мероприятий, организаторов проката и демонстрации аудиовизуального произведения; умение использовать в процессе реализации кино-, видео- и телеконтента весь спектр творческо-постановочных и технических возможностей экранных технологий; участие в отечественных и международных кино-, теле-, мультимедиа- и рекламных фестивалях, других мероприятиях; разработку и использование коммерческих процедур, включая подготовку и исполнение внешнеторговых контрактов для эффективного продвижения аудиовизуальной продукции.

С целью обеспечения подготовки кадров в соответствии с указанными компетенциями разработан учебный план, в который помимо общеобразовательных, теоретических дисциплин и предметов, связанных с искусством, в том числе экранными видами искусства, включены следующие дисциплины: мастерство продюсера дистрибуции; финансовый менеджмент; ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности; бухгалтерский учет в дистрибуции и кинопоказе; налогообложение на предприятиях аудиовизуальной сферы; современные маркетинговые стратегии; основы международного маркетинга; основы кинематографического мастерства (драматургия, режиссура, актерское мастерство, кинооператорское мастерство, мастерство художника фильма, звуковое решение фильма, музыка в кино, теория и практика монтажа); мультимедиа как среда для реализации продюсерских проектов; техника и организация кинопоказа; тенденции современного кинопроцесса, кино и зритель; внешне-экономическое право; иностранный язык для делового общения; телевизионный бизнес; спецэффекты в кино; инновационные рекламные технологии; цифровые медиатехнологии; презентации и механизмы представления проекта.

В учебных планах подготовки профессиональных кадров продюсеров всех имеющихся пяти специализаций все большее место занимают предметы, связанные с использованием новейших технологий и технических средств. Такая практика должна быть продолжена и в дальнейшем, чтобы будущие продюсеры и организаторы производства смогли грамотно использовать инновации, разрабатываемые и ускоренно внедряемые в кинопроцесс. Это расширит творческие возможности создателей аудиовизуальных произведений, повысит их коммерческий потенциал.

Так, задачей дисциплины «Спецэффекты в кино» является изучение методов создания спецэффектов на протяжении всего цикла фильмопроизводства — от сценарной заявки до кинопоказа. Студенты детально рассматривают комплексы работ и технические средства на всех этапах создания фильма, анализируют технологические связи как внутри съемочной группы, так и совместно с креативными студиями компьютерной графики и «фрилансерами». Наряду с лекциями, семинарскими и практическими занятиями предусмотрены мастер-классы и встречи со специалистами, активно работающими в современном производстве на разных этапах, дискуссии о перспективах развития этой сферы, состоянии ее технического оснащения. Необходимо дополнять лекционные занятия специально подготовленными видео- и фотоматериалами со съемок отечественных и зарубежных картин, в производстве которых используются компьютерные спецэффекты. По изучаемому материалу предусматриваются и активные формы обучения: разбор творческой заявки режиссера на съемку конкретной сцены фильма, разработка возможных вариантов съемки с использованием различных приемов и технических средств; составление сметы затрат на проведение таких работ. В итоге студент способен проанализировать режиссерский сценарий с целью выявления сцен, где требуется компьютерная графика, имеет также собственное представление о вариантах съемки сценарного материала, готов критически и без ущерба для творческой концепции кинопроизведения предложить варианты изготовления компьютерных кадров специалистами-графиками, спрогнозировать оптимальный бюджет на производство компьютерной графики. Студенты также ознакомятся с квалификационными требованиями специалистов подразделения компьютерной графики, изучат возможности зрительского восприятия спецэффектов. Составной частью предмета является изучение особенностей работы со звуком при создании спецэффектов, обзор систем цифрового показа (особенности цифрового кинопоказа, отличия 3D-технологий от IMAX 3D, преимущества и недостатки стереокино). Еще одним важным предметом, который был недавно включен в учебную программу, является курс «Цифровые медиатехнологии». Если предмет «Спецэффекты в кино» рассматривает креативные, технологические и производственно-экономические аспекты создания отдельных кадров, требующих нетрадиционных кинематографических приемов, то объектом изучения «Цифровых медиатехнологий» являются комплексы работ различного характера, выполняемые на всех этапах постановки фильма.

Тематический план курса включает немало вопросов, среди которых особое значение имеют: историческая ретроспектива технологии кинопроизводства; варианты технологических цепочек производства в зависимости от поставленных задач; анализ сценария с точки зрения постпродакшн и использования цифровых технологий; работа с творческой группой на этапе подготовки к съемкам; выбор субподрядчиков и составление лимита затрат на постпродакшн; технологические, технические и психологические особенности съемочного периода, работа супервайзера компьютерной графики, запись звука, технические параметры съемок; цифровая запись материала на площадке, подготовка материалов к работе в монтажно-тонировочном периоде; предварительный монтаж; перечень специалистов, привлекаемых в монтажно-тонировочном периоде и их функциональные обязанности; составление графики постпродакшн, детальный анализ работы и взаимодействия всех задействованных цехов (монтаж, графика, звук и цвет); мастеринг фильма в зависимости от требуемого формата вывода (пленка, DCP, видео-мастер, Blue-ray-мастер и другие).

В рамках изучаемого курса особое внимание уделяется выбору оптимальной технологической цепочки съемок в зависимости от поставленной задачи, технологическим особенностям камер и форматов записи для кино и телевидения, вариантам коммуникации техники на площадке для текущей записи материала (плейбэк) и черного монтажа, специфике съемок сериалов (более 24 серий), работе с ПТС. На конкретных примерах планируется знакомство студентов с разработками аудиовизуального решения фильма — монтажные приемы, переходы, титры, приемы цветокоррекции, саунд-дизайн, музыкальное решение, использование в съемочном периоде музыкальных референсов, раскадровок, компьютерных визуализаций, сторонних заявочных планов и т. д.

\* \* \*

Подводя итоги, следует констатировать: к направлениям совершенствования подготовки профессиональных кадров продюсеров относится прежде всего существенное расширение практической составляющей учебной программы и внесение в учебный план корректив, связанных с бурно развивающимися новыми технологиями и техническими средствами с учетом изменяющейся ситуации в мировом «кинопространстве». Важно отметить, что подготовка кадров продюсеров связана не только со сферой кинопроизводства, но и с дистрибьюцией фильмов, а также с прилегающими к ней областями — рекламой, пиар-кампаниями, фестивалями и т. д., где изучение и анализ зарубежного опыта при подготовке кинематографических кадров чрезвычайно полезен.

Необходимо, однако, обозначить и основные проблемы, затрудняющие реализацию указанных мер. Во-первых, это отсутствие финансовых ресурсов, которые помогли бы решить задачу подготовки выпускниками дипломного проекта в виде аудиовизуального произведения и выполнения практических и съемочных работ в ходе обучения профессии. Во-вторых, это проблема с обеспечением учебного процесса педагогическими кадрами. К сожалению, подготовка аспирантов на факультете продюсерства и экономики во ВГИКе была прекращена по решению Минобрнауки России, что не позволяет создавать резерв профессорско-преподавательского состава. Привлечение специалистов-практиков высокого профессионального уровня для обеспечения учебного процесса (проведение спецкурсов, мастер-классов) затруднено по двум причинам: из-за недостатка свободного времени у специалистов-практиков для ведения преподавательской работы и низкого уровня оплаты педагогам, не имеющим ученых званий и степени. Правда, некоторую надежду на решение поставленных задач вселяет выход в свет нового федерального образовательного стандарта 3++, который существенно расширяет права учебного заведения по созданию оптимальной схемы подготовки кадров. ■

*Автор выражает благодарность И.В. Данилиной, Е.А. Русиновой, Н.А. Ставровской, студентам факультета продюсерства и экономики ВГИК за переводы материалов, использованных при написании статьи.*

---

#### ЛИТЕРАТУРА

1. CIAKL II. Educating entrepreneurs for the creative industries. eISBN: 978-989-757-038-4 // URL.: <http://www.ulusofona.pt> / (дата обращения: 25.05.2018).
2. Макнаб Д. Профессия кинопродюсер / Джеффри Макнаб, Шэрон Суорт; (пер. с англ. З. Мармедырова, Е. Фоменко). — М.: Рипол классик, 2014.
3. Zubok A.S. Телевизионный бизнес / А.С. Zubok. — М.: АНО «Школа издательского и медиа бизнеса», 2012.
4. Сидоренко В.И. От идеи к бюджету фильма: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» / В.И. Сидоренко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.

#### REFERENCES

1. CIAKL II. Educating entrepreneurs for the creative industries. eISBN: 978-989-757-038-4 // URL.: <http://www.ulusofona.pt> / (дата обращения: 25.05.2018).
2. Maknab D. Professiya kinoprodyuser [Profession Film Producer] / Dzhheffri Maknab, Sheron Suort; (per. s angl. Z.Marmedyarova, Ye.Fomenko). — M.: Ripol klassik, 2014.
3. Zubok A.S. Televizionny biznes [Television business] / A.S. Zubok. — M.: ANO "Shkola izdatelskogo i media biznesa", 2012.
4. Sidorenko V.I. Ot idei k byudzhetu filma [From idea to film budget]: Ucheb. posobiye dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po spetsialnosti "Prodyuserstvo" / V.I. Sidorenko. — M.: YUNITI-DANA, 2016.

# Prospects for Professional Training of Producers in the Context of the Development of Film Business in Russia

**Vitaly I. Sidorenko**

*PhD (Economic), Professor, VGIK*

UDC 336.6

**ABSTRACT:** The author explains the conditions and reasons for the introduction in 2003 a new major, that is “Film and Television Producer” into the list of Media Majors for which the students are trained in higher educational institutions for the domestic industry. The article points out the goals and tasks for developers of normative and methodological materials required for the introduction of such a major, the functional responsibilities and skills of the producer in audiovisual industry and the main features of his/her activities as compared to the classical entrepreneurship skill set. The author presents the list of learning outcomes and the tasks a graduate who has mastered the curriculum of the “Producer” program should solve. A highlight of the article is given to the legal basis for ensuring the activities of the producer. Besides, the professional standard of “Film Producer”, approved by the Ministry of Labor and Social Protection of the Russian Federation, is critically evaluated. Basing on the analysis of the current state of the national film business the author reflects on the problems and challenges the system of professional training of producers, faces and outlines the prospects for the future work. These problems demand further diversification of Film Majors including the introduction of a new one called “Producer of distribution”. Moreover, it’s necessary to determine the optimal number of students, to write the teaching aids and textbooks aimed at solving practical problems existing in film business and multimedia and mastering the current students’ skills. The author states that one of the most crucial problems in the system of producer training is the unresolved issue of financial support of the diploma project (a film shot by a graduate). The author offers his own system of the development of a diploma film, which will allow us to give a more realistic and deeper assessment of the abilities, skills and knowledge of a future film-maker.

The second half of the article gives a brief overview of the current state of cinema, television and multimedia in Europe and determines, in this respect, the main directions for improving the system of professional training of producers in European film schools, taking into consideration the new industrial context. The fact that the changing industrial context makes producers seek for new ways to reduce uncertainty and risks, attracting external investors and co-producers, is particularly stressed. The author also reflects on the problem of the so-called “TV-ization” of a film, which has set absolutely new tasks in front of the producers and creators of audiovisual product. In conclusion, the author presents a summary of the main principles, methods and approaches to structuring the educational process while teaching students the Major “Film and Television Producer” at the Film University Babelsberg named after Konrad Wolf. The author appreciates the experience of German colleagues, which can be implemented into domestic practice.

**KEY WORDS:** film production, production, educational standard, development, distribution