

КОНКУРЕНЦИЯ И СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ

Власова В.Г.

Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова

Ростов-на-Дону, Россия

e-mail: viktoriarein285@gmail.com

Аннотация:

В статье анализируется проектный опыт художественных событий, осуществляемый с опорой на принципы конкуренции и сотрудничества. Давая характеристику данных понятий, автор выявляет роль этих процессов в активном развитии и реализации творческих проектов, формат которых сегодня превалирует на арт-рынке. Рассматривая конкуренцию как стимул к развитию, автор указывает позитивные ее следствия: использование креативных технологий, рационализация работы персонала, снижение, либо сдерживание цен на концертные выступления и другие. Отмечая и отрицательные стороны конкуренции, автор утверждает, что сотрудничество творческих организаций в высоко конкурентном рыночном поле содержит много преимуществ. Анализ ряда примеров доказывает, что к ним, в частности, относится гарантированное наполнение зала, ведь объединяясь, концертные организации объединяют и свои аудитории. Кроме того, объединение ресурсов разножанровых проектов приводит к появлению оригинального творческого продукта артколлоборативного характера. Отличаясь оригинальностью, он привлекает особое внимание, повышая сборы и экономическую эффективность проектов.

Ключевые слова: конкуренция, сотрудничество, проектный опыт, арт-коллоборации, рынок концертных услуг

COMPETITION AND COOPERATION AS THE BASIS SUCCESSFUL IMPLEMENTATION OF CREATIVE PROJECTS

Vlasova V.G.

Rostov State Conservatory named after. S. V. Rachmaninova

Rostov-on-Don, Russia

e-mail: e-mail: viktoriarein285@gmail.com

Abstract:

The article analyzes the project experience of artistic events, carried out based on the principles of competition and cooperation. By characterizing these concepts, the author reveals the role of these processes in the active development and implementation of creative projects, the format of which prevails in the art market today. Considering competition as a stimulus for development, the author points out its positive consequences: the use of creative technologies, rationalization of staff work, reduction or containment of prices for concert performances, and others. Noting the negative sides of competition, the author argues that cooperation between creative organizations in a highly competitive market field contains many advantages. Analysis of a number of examples proves that these, in particular, include guaranteed filling of the hall, because by uniting, concert organizations unite their audiences. In addition, combining the resources of multi-genre projects leads to the emergence of an original creative product of an art-collaborative nature. Distinguished by its originality, it attracts special attention, increasing fees and economic efficiency of projects.

Key words: competition, cooperation, project experience, art collaborations, concert services market

Введение

Важную роль в успешной реализации творческих проектов играют сотрудничество и конкуренция. Именно они являются главенствующими факторами на арт-рынке. Не

случайно данной проблематике в литературе по маркетингу сегодня уделяется такое существенное внимание.

Цель работы: углубиться в данную тему, дать определения этим двум понятиям, охарактеризовать их суть и практическую целесообразность при реализации проектов в сфере искусства.

Материал и методы исследования

Исследование строится на материале эмпирического опыта проектирования художественных событий, проведено с использованием общенаучной методологии.

Результаты исследования и их обсуждение.

Сотрудничество (Коллаборация, *collaboro*), в переводе с латинского “работать совместно, сотрудничать”, – это процесс совместной деятельности в какой-либо области, сфере двух или более людей, или организаций для достижения общих целей, при которых происходит обмен знаниями, обучение и консенсус. Это разрешение проблем, при котором учитываются потребности и интересы каждой из сторон и находится обоюдно удовлетворяющее решение. Данный фактор характеризуется принятием субъектами взаимодействия корпоративных целей и согласованной деятельности программы совместных проектов. Важно рационально распределить функции, задачи и роли, учитывая индивидуальные способности, сильные стороны и возможности каждой из сторон и каждого участника совместной деятельности для достижения высоких результатов в реализации творческих проектов. [см. об этом 1]

Противоположным сотрудничеству является понятие конкуренции. Конкуренция — это слово также, как и сотрудничество, имеет латинское происхождение. В буквальном переводе обозначает «сталкивание». Понятие конкуренции многозначно и не охватывается каким-либо универсальным определением. Можно сказать, что конкуренция характеризуется соперничеством неких творческих объединений на арт-рынке. Например, конкуренция в музыкальной индустрии может выглядеть как соревнование между различными рекорд-лейблами, продюсерскими компаниями, отдельными проектами за сферу влияния, аудиторию и прочее. Всё это происходит из-за стремления к наиболее выгодным условиям создания и продвижения музыкальных проектов ради извлечения максимально возможной прибыли.

Именно конкуренция вынуждает использовать креативные технологии, рационализировать работу персонала, снижать, либо сдерживать цены на концертные выступления. Следовательно, можно сделать вывод, что конкуренция – наилучший стимул

развития организации. Однако не стоит забывать, что естественная мотивация и стремление стать лидером в сфере арт-проектов обязательно должно присутствовать в творческой организации или группе. [см. об этом 2]

Итак, становится понятно, что конкуренция и сотрудничество составляют противоречивый союз. Они содействуют активному развитию и реализации творческих проектов, формат которых сегодня превалирует на арт-рынке [3], а также ведут к благополучию общества.

Далее необходимо выяснить позитивную сущность данных явлений, а именно сотрудничества и конкуренции, а также понять, есть ли у них точки пересечения. Для этого обозначим все плюсы и минусы данных стратегий. Свои рассуждения начнем с сотрудничества. Оно, в первую очередь, ориентировано на понимание противоположной позиции, интерес к точке зрения оппонента и поиск устраивающего всех решения. Вследствие такого подхода возможно достичь взаимопонимания, взаимоуважения и доверия, что наилучшим образом содействует развитию долгосрочных, крепких и устойчивых отношений. Сотрудничество особенно эффективно, если предмет конфликта важен для всех его сторон. Впрочем, важно отметить, что в некоторых ситуациях обнаружить устраивающее всех решение весьма затруднительно, в особенности, если оппонент не настроен сотрудничать. В таком случае стратегия «сотрудничество» может только усугубить конфликт и отложить его решение на неопределённый срок. Среди главных достоинств бизнес-партнёрства стоит отметить расширение возможностей, повышение эффективности, увеличение прибыли, сокращение рисков, создание совместных фондов, различных проектов, обмен знаниями, опытом и навыками.

Что касается противоположной сотрудничеству стратегии, а именно конкуренции, здесь также можно выявить как положительные, так и отрицательные черты. Существование конкуренции вынуждает организации работать над эффективностью своей деятельности, используя всевозможные способы, позволяющие рационализировать, повысить продуктивность с целью достижения наибольших результатов. Важно то, что новые трудности и проблемы для ведения бизнеса, создания проектов и потребления могут образовываться ежедневно, предоставляя компаниям замечательные возможности для инноваций, для развития собственного потенциала. Соответственно, одним из преимуществ конкуренции является и то, что она позволяет любому человеку, обладающему специализированными навыками, создавать нечто лучшее, нежели на сегодняшний день предлагает рынок, в нашем случае арт-рынок. Важно то, что развивается научно-технический прогресс, потому что каждая организация, компания, небольшая группа или

даже один человек пытается быть лидером на рынке и соответственно, предлагать различные новинки.

Однако конкуренция имеет и свою отрицательную сторону. Это нехватка экономической стабильности или полное её отсутствие, банкротство менее успешных и благополучных предприятий, рост неравенства доходов населения и перенасыщение рынка товарами, которые изначально создавали высокий спрос.

Таким образом, конкуренция и сотрудничество образуют противоречивое единство. Вступая в партнёрство организации, различные творческие объединения преследуют поставленные, то есть определённые корпоративные цели, помня и про свои индивидуальные интересы, достижение которых им не под силу в одиночку. Наиболее сильные конкурентоспособные позиции имеют обычно крупные компании, так как они быстрее реагируют на новейшие достижения научно-технического прогресса.

Итак, всё вышесказанное позволяет нам сделать вывод, что такие факторы, как сотрудничество и конкуренция действительно имеют точки пересечения. Образую довольно противоречивый союз, они являются мощным рычагом продвижения различных проектов на рынке. Для подтверждения этой точки зрения приведу несколько примеров сотрудничества и конкуренции различных организаций творческих и проектов.

С чем у нас обычно ассоциируется слово оркестр? В первую очередь на ум приходят такие понятия как филармония, оперный театр и элегантные костюмы. Это абсолютно верные ассоциации, но оркестр — это универсальная вещь и его влияние распространяется далеко за пределы этих представлений. Так, уже на протяжении многих лет создаются коллаборации инструментальных оркестров и рок-групп. На первый взгляд кажется, что они могут лишь конкурировать на арт-рынке за аудиторию из-за разной стилистической направленности, однако объединившись, а именно сотрудничая, они своим необычным звучанием привлекают внимание и тем самым популяризуют себя, расширяя аудиторию.

Вот несколько примеров того, как рок и классическая музыка могут сочетаться, чтобы создать нечто прекрасное и экономически выгодное. Проводить концерты с инструментальным оркестром рок-группы начали под конец 60-х годов прошлого столетия. Рок-группа "Deer Purple" не были первыми, однако собственно их выступление с Королевским филармоническим оркестром воодушевило многие группы пойти тем же путем. В 2017 году рок-группа "Oomph!" стала одним из участников фестиваля "Gotic meets Klassik". Они исполнили свои песни вместе с польским оркестром "The Zielona Góra Symphony Orchestra". Разумеется, рок-группы и оркестры существуют отдельно,

конкурируя друг с другом, каждый развивается и обретает популярность в своём стилевом направлении. Однако, что в таком случае даёт их сотрудничество друг с другом? Преимущественно это гарантированное наполнение зала, ведь объединяясь, они объединяют и свои собственные аудитории. Благодаря таким проектам происходит расширение целевых аудиторий.

Ещё одним интересным проектом коллаборативного типа является кинетическое перформативное шоу Чжан Имоу, который известен в Китае, как актёр, режиссёр, продюсер и сценарист. Для создания своего проекта Чжан Имоу изменяет формат традиционных театральных постановок, объединяя его с китайским народным искусством и одновременно внедряя современные высокие технологии, такие как различные лазеры, роботы, дроны и кинетика. Подобное слияние традиционных форм искусства с инновационными аудиовизуальными технологиями, с одной стороны, символично, с другой, контекстуально напитывает их новыми смыслами, а в-третьих, требует нового формата их представления. Следовательно, стилевая основа произведения неоднозначна. Таким образом, также происходит расширение целевой аудитории, учитывая то, что благодаря этому проекту объединяются любители традиционного и инновационного искусства [4].

Ярким примером конкуренции и сотрудничества является достигшая невероятной популярности на сегодняшний день сфера K-POP индустрии. Она объединяет в себе группы с разножанровым профилем. Это синтез сложной, нереально захватывающей и отработанной до мелочей, синхронной хореографии с высоким вокальным искусством, быстрым и чётким рэпом, а иногда и с профессиональной игрой на музыкальных инструментах. Благодаря большому количеству талантов, представители K-POP индустрии становятся любимцами публики, устраивая грандиозные и запоминающиеся шоу для своих фанатов. Однако для некоторых артистов сфера K-POP — это не только ошеломительное признание, но и горечь падений, разочарований в себе и своих талантах. Артистов K-POP направления называют айдолами.

Путь к успеху не бывает легким, и на нем возникает много препятствий и трудностей, конечно же в первую очередь в лице других представителей сферы K-POP. Хорошо известно, что участники айдол-групп подписывают контракты с компаниями на длительное время, где стажируются в качестве трейни и под чьим крылом продвигаются. Неувязка с этими долгими контрактами в том, что некоторые группы, в конечном итоге, распадаются через пару лет, а то и меньше, прежде чем их контракты истекают. Некоторые трейни покидают агенство, так и не покорив сцену и не показав себя и свой талант народу.

Ещё одна проблема таких долговременных контрактов — это то, что отдельные участники, в конце концов, покидают группу, вследствие чего возникает больше неприятностей, таких как потеря популярности. Стандартный договор между агентством и айдолом теперь не может быть дольше 7 лет, однако он может быть продлен по взаимному согласию после истечения срока его действия, при условии, что группа имеет ошеломительный успех и огромную любовь фанатов. Так группы SEVENTEEN, SHENee, BTS, SF9 продлили свои контракты, а такие группы как CHAOS, April Kiss, F1RST и многие другие не выдержали конкуренции в K-POP индустрии и распались до окончания срока контракта.

K-POP группы могут объединиться для совместного выступления, записи песни и съёмки клипа и шоу, тем самым привлекая внимание фанатов различных айдол-групп. Примером может служить, Тэмин (Shinee, соло) и Сонми (бывшая участница группы I.O.I, соло), они создали коллаб, который вышел достаточно крутым и незабываемым, так как эти айдолы совместно прекрасно танцевали, а также превосходно спели. Вдобавок их коллаб стал популярным из-за того, что они оба известные соло исполнители сейчас.

Для расширения своей сферы влияния, успеха и аудитории, некоторые K-POP группы сотрудничают с западными артистами, тем самым пополняя свою аудиторию фанатами из других стран и становясь при этом мировыми звёздами. Наиболее известный коллаб звезды интернета и абсолютного рекордсмена по просмотрам клипа «Gangnam Style», который попал в Книгу рекордов Гинесса как самый просматриваемый на YouTube, человек-в-очках Psy и легендой хип-хопа Снуп Догом. В клипе «Hangover» музыканты показали, как нужно веселиться. На данный момент «Hangover» посмотрели уже больше 360 миллионов человек.

Ещё одним примером сотрудничества является коллаб бойз-бэнда BTS и Ники Минаж. Корейский бойз-бэнд BTS уже давно знают не только в Южной Корее, но и по всему миру – в США группа пользуется особой популярностью, причем успела снискать уважение и коллег по музыкальной индустрии. Ники Минаж объединилась с BTS для записи совместного хита. Новый трек IDOL, записанный BTS при участии Ники Минаж, вошел в новый альбом бойз-бэнда под названием Love Yourself: Answer, где им смогли насладиться поклонники по всему миру.

Заключение.

Таким образом, подводя итог, отметим, что такие факторы как сотрудничество и конкуренция играют важную роль в успешной реализации творческих проектов на арт-

рынке, создавая платформу для активного развития артколлабораций [5]. С другой стороны, представители данной сферы конкурируют между собой, тем самым совершенствуясь и работая над своей эффективностью, чтобы превзойти конкурирующие организации, а также сотрудничают в поисках интересных и нестандартных симбиозов для расширения сферы влияния, целевой аудитории и увеличения заработка.

Список литературы:

1. Франкель Н. “Партнерство и спонсорство в event-индустрии. Игра вдолгую” // URL // <https://www.litres.ru/book/nataliya-frankel/partnerstvo-i-sponsorstvo-v-event-industrii-igra-vdolguu-57879088/chitat-onlayn/>(Дата обращения 14.01.2024)
2. Оберт Т.Б.- “Теория конкуренции: учебное пособие для студентов экономических специальностей”. – Саратов: Изд-во Саратов. Ун-та, 2014. – 96 с.
3. Крылова А.В. Проектная деятельность в сфере искусства как тенденция. Менеджмент и звукорежиссура музыкальных проектов: актуальные проблемы науки и практики. сборник научных статей. Ростовская гос. консерватория (академия) им. С. В. Рахманинова. Ростов-на-Дону, 2012. С. 7-15.
4. Крылова А.В. Преломление национальных традиций в современных перформативных представлениях: на примере творчества Чжан Имоу // Международные научные чтения: национальная специфика композиторского творчества. Сборник статей по материалам Международных научных чтений. Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова. 2021. С. 158-167.
5. Крылова А.В. О роли арт-коллабораций в современном музыкальном искусстве // Вестник Академии Русского балета им. А.Я. Вагановой. 2023. № 4 (87). С. 118-128