

**Міністерство культури України  
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв  
Інститут післядипломної освіти  
Кафедра теоретичної, прикладної культурології і музикознавства**

**МАТЕРІАЛИ  
Міжнародної науково-практичної конференції**

**ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОДЮСЕРА  
В КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ  
ПРОСТОРИ ХХІ СТОЛІТТЯ**

*Рекомендовано до друку засіданням кафедри теоретичної,  
прикладної культурології і музикознавства  
(Протокол № 5 від 5 грудня 2011 року)*

**Київ–2011**

**УДК 7.01(0)"XXI ст."**

**ББК Щ03(0)64**

**М 341**

**Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття:**

Зб. матеріалів Міжн. наук.-прак. конф., Київ, 2 грудня 2010 р. – К. : НАКККіМ, 2011. – 172 с.

**ISBN 978-966-452-084-0**

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, проведеної кафедрою теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Інституту післядипломної освіти Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв 2 грудня 2010 року. До збірника увійшли статті і тези доповідей, в яких розглянуто наступні питання: модель продюсерської діяльності в Україні, країнах Євросоюзу, США; фінанси та творчість у діяльності продюсера; контракти і договори: виконавець, продюсер (імпресаріо), спонсор; фігура імпресаріо в різних галузях культури і мистецтва; бізнес-план як запорука успіху продюсера, актуальна тематика сьогодення та майбутнього в мистецькій освіті.

**Редакційна колегія:**

**Чернець В.Г.** – ректор НАКККіМ, доктор філософії, професор, заслужений працівник освіти України, академік Академії наук вищої освіти України (*голова редколегії*); **Путро О.І.** – проректор з наукової роботи НАКККіМ, доктор історичних наук, професор, заслужений працівник освіти України, відмінник освіти України (*заст. голови редколегії*); **Власова Г.В.** – перший проректор НАКККіМ, кандидат педагогічних наук, доцент, професор НАКККіМ; **Шульгіна В.Д.** – завідувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ, доктор мистецтвознавства, професор; **Шевченко І.О.** – директор Інституту післядипломної освіти НАКККіМ, кандидат педагогічних наук, доцент, професор НАКККіМ; **Кузнєцова І.В.** – вчений секретар НАКККіМ, кандидат філософських наук, доцент, відмінник освіти України; **Горенко Л.І.** – професор НАКККіМ, кандидат мистецтвознавства, старший науковий співробітник; **Садовенко С.М.** – доцент НАКККіМ, кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник (*редактор, відповідальна за випуск*); **Зосім О.Л.** – професор НАКККіМ, кандидат мистецтвознавства, доцент (*відповідальний редактор, відповідальна за випуск*); **Афоніна О.С.** – доцент НАКККіМ.

*Автори статей відповідають за достовірність і вірогідність викладеного матеріалу, за належність поданого матеріалу їм особисто, за правильне цитування джерел та посилання на них. Думки авторів можуть не збігатись із позицією редколегії.*

**ISBN 978-966-452-084-0**

© Національна академія керівних кадрів  
культури і мистецтв, 2011

© Автори, 2011

# ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

*Шульгіна Валерія Дмитрівна,  
Жуковська Тетяна Іванівна  
м. Київ, Україна*

## **ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ КАФЕДРИ ТЕОРЕТИЧНОЇ, ПРИКЛАДНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ І МУЗИКОЗНАВСТВА НАКККІМ**

З початком процесу інтеграції України до європейського простору в галузі культури і освіти відкривається ряд нових можливостей та тенденцій розвитку, постають нові задачі. Освітня діяльність вищих навчальних закладів потребує адаптації до потреб сучасного суспільства. Вже розпочалися перші реформування освітньої системи України, впровадження інновацій в галузі навчання, осучаснення професій та виникнення нових, актуальних сьогодні (менеджер, продюсер тощо).

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв сприяє розширенню, поглибленню й оновленню професійних знань, умінь та навичок своїх студентів – майбутніх спеціалістів у галузі культури і мистецтва. У руслі провідних освітніх тенденцій НАКККіМ здійснює свою плідну діяльність кафедра теоретичної, прикладної культурології і музикознавства, яка є навчально-методичним та науково-дослідним підрозділом Інституту післядипломної освіти НАКККіМ. Кафедра веде активну науково-пошукову та аналітичну роботу щодо виявлення, класифікації та наукового опису культурологічних та музикознавчих досліджень у сфері національної української культури та мистецтва в цілому.

Викладачі кафедри активно беруть участь у розробці та запровадженні інноваційних форм навчання в Академії. Ними було розроблено дистанційні курси з навчальних дисциплін для студентів, аспірантів та слухачів інституту післядипломної освіти (підвищення кваліфікації працівників культури): "Музика ХХ століття (історія джазового мистецтва)" для магістрів заочної форми навчання, "Українська музична культура XVII–XVIII століть" (Зосім О.Л.), "Українська музична педагогіка" для слухачів інституту післядипломної освіти (Шульгіна В.Д., Жуковська Т.І.), "Сольфеджіо", "Організація концертно-

гастрольної діяльності" (Афоніна О.С). У своїй діяльності викладачі кафедри ставлять перед собою актуальні завдання, серед яких – організація та забезпечення підготовки студентів за спеціальностями "Музичне мистецтво" 7.02020401, 8.02020401 та "Культурологія" 7.02010101.

Спеціальність "Музичне мистецтво" за освітньо-кваліфікаційним рівнем "Спеціаліст" передбачає підготовку за кваліфікаціями:

- "Музикознавець, керівник проектів (музичних), викладач фахових дисциплін мистецьких закладів".

Студентам, що отримали фахову підготовку за освітньо-кваліфікаційним рівнем "Магістр", присвоюються наступні кваліфікації:

- "Музикознавець, викладач вищих навчальних закладів";
- "Музикознавець, експерт, продюсер, викладач вищих навчальних закладів".

Кафедрою теоретичної, прикладної культурології і музикознавства вперше в Україні запроваджено підготовку фахівців за новими сучасними кваліфікаціями "Продюсер", "Керівник музичних проектів". Студенти, що навчаються за цим напрямом, засвоюють цілий комплекс сучасних фахових дисциплін: історія та теорія шоу-бізнесу, управління в галузі культури і мистецтв, паблік рилейшенз, технологія організації мистецьких проектів, арт-журналістика, мультимедійні та Інтернет-технології. Фахівці цього профілю можуть працювати організаторами концертної та гастрольної діяльності творчих колективів, здійснювати підготовку та проведення мистецьких фестивалів, конкурсів, різноманітних мистецьких проектів, виступати продюсерами академічних та естрадних колективів та окремих виконавців.

На кафедрі підготовку фахівців в галузі музикознавства та експертизи творів музичного мистецтва здійснюють провідні музикознавці України: проф. В.Д. Шульгіна, проф. С.І. Уланова, проф. А.К. Терещенко, проф. В.Я. Редя, а також відомі інструментознавці – заслужений діяч культури України, проф. Л.М. Черкаський, народна артистка України, проф. Н.С. Свириденко. Професійна підготовка спеціалістів відбувається у Музеї книги, в Київському музеї театрального та музичного мистецтва, Київських майстернях музичних інструментів, в міських архівах, Інституті рукопису НБУВ, на державній митниці аеропорту "Бориспіль" (м. Бориспіль).

Актуальною стала сьогодні також підготовка студентів за напрямом 7.02010101 "Культурологія" за такими спеціалізаціями:

- теорія та історія культури (загальна культурологія);

- соціальна культурологія;
- етнокультурологія (етнокультурні процеси, зокрема функціонування сучасних неофольклорних колективів);
- прикладна культурологія (рекреаційно-розвиваючі, дозвілєві технології).

Науково-дослідна та навчально-методична робота кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства слугує підготовці науково-педагогічних кадрів через діяльність магістратури, аспірантури та докторантури, а також спеціалізованої вченої ради Д 26.850.01 НАКККиМ за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури (культурологія, філософські та історичні науки, мистецтвознавство). До кафедри прикріплено 50 аспірантів, докторантів, здобувачів.

Очолює кафедру – доктор мистецтвознавства, професор – фахівець у галузі мистецтвознавства, теорії, історії культури, музичної педагогіки, автор численних наукових праць, член редакційних колегій провідних наукових журналів, голова Спеціалізованої вченої ради Д 26.850.01, член спеціалізованих вчених рад у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв, Національному педагогічному університеті ім. М.П. Драгоманова, член Національної спілки композиторів України, Міжнародної асоціації музичних бібліотек, архівів і документальних центрів (IAML), Міжнародного товариства "Електронне зображення і візуальне мистецтво" (EVA).

У складі кафедри десять докторів наук, професорів, чотири члена-кореспондента і академіка, 12 кандидатів наук, доцентів. Шість членів кафедри у складі спеціалізованої вченої ради Д 26.850.01: В.Д. Шульгіна – голова, О.В. Овчарук – вчений секретар, Ю.Л. Афанасьєв, В.А. Бітаєв, М.С. Слободяник, В.А. Личковах – члени ради.

За останній рік кафедрою проведено сім Міжнародних науково-практичних конференцій і видано збірки матеріалів за темами "Мистецька освіта" (2), "Діяльність продюсера в культурному просторі України ХХІ століття" (2), "Український музичний інструментарій", "Діалог культур у контексті історії греко-українських зв'язків" (2). Викладачі кафедри у 2010-2011 роках взяли участь у понад 60 Всеукраїнських і Міжнародних конференціях. Опубліковано понад 50 статей у фахових збірках та 60 тез конференцій.

Основними напрямками наукової діяльності кафедри є:

1. Культурологічна регіоніка України.
2. Пам'ятки культури і мистецтва України.
3. Духовна культура.

4. Інтегративні процеси в музичному мистецтві та художній прогноз.
5. Неофольклоризм у художньому просторі XX-XXI століття.
6. Продюсерська діяльність у музичному просторі XXI століття.

Викладачі кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства підтримують та розвивають зарубіжні контакти, географія яких включає Грецію, Німеччину, Італію, Польщу, Ірландію, Росію, Білорусь, Грузію. Завідувач кафедри професор В.Д. Шульгіна – член міжнародних асоціацій при ЮНЕСКО EVA (Велика Британія, Італія, Німеччина) і IAML (Німеччина), виступала з доповідями на конференціях EVA в Берліні і Флоренції, на конференції IAML у Дубліні (Ірландія). О.С. Афоніна взяла участь у III Російському культурологічному конгресі (С.-Петербург), конференції в Російській академії культури (С.-Петербург). О.Л. Зосім виступила на XXI Щорічній Богословській конференції (Москва, Православний Свято-Тихонівський гуманітарний університет); у V міжнародній конференції "Культура. Наука. Творчість" (Мінськ, Білоруська державна академія музики). В.Я. Редя взяла участь у конференції в Російській академії культури (С.-Петербург), підтримує творчі контакти з Тбіліською державною консерваторією (Грузія). Діяльність професорів І.О. Шевченко і Я.О. Хіміч відзначена організацією міжнародної навчальної програми для бібліотечних кадрів України у Швеції, участю у міжнародній конференції IFLA (Швеція); отриманням сертифікатів в Австрійській бібліотеці (Відень). О.В. Овчарук працює із Ставропігійським університетом за програмою "Міжкультурні контакти Україна – Німеччина" у сфері викладання української мови для громадян Німеччини. С.М. Садовенко виступила з доповіддю на Міжнародній науковій конференції, присвяченій пам'яті професора У.Д. Розенфельда, що проходила у Гродненському державному університеті імені Янки Купали, а також узяла участь у Міжнародній науково-практичній конференції Мінського державного гуманітарного університету (Білорусь). Л.І. Горенко взяла участь у Міжнародних конференціях "Кроскультурні зв'язки Україна – Росія" (С.-Петербург, Бібліотека Російської академії наук), "Культурна ідентичність українців. Україна і світове українство" (Мюнхен), у Білоруському національному університеті імені Янки Купали.

Кафедра налагодила міжнародні зв'язки з Флорентійським університетом (Італія), Університетом ім. Марії Кюрі-Склядовської у Любліні (Польща), міжнародними товариствами музичних бібліотек (IAML) і візуальних мистецтв (EVA). Співпраця з цими організаціями

надає можливості студентам брати участь у розробці міжнародних продюсерських проектів.

Кафедра надає великого значення творчій і науковій співпраці з Українсько-грецьким центром, Посольством Греції в Україні, з університетами в Афінах, Салоніках у напрямках: "Греція і слов'янський світ", "Діалог культур Візантія – Греція – Україна", "Історичний контекст і перспективи європейсько-українських зв'язків".

Отже, кафедра теоретичної, прикладної культурології і музикознавства є провідною науковою кафедрою НАКККіМ. Її діяльність спрямована на виховання фахівців високого рівня, розробку нових культурологічних технологій, посилення міжнародного наукового співробітництва і творчих контактів зі світовою спільнотою у галузі культури і музичного мистецтва.

***Яковлев Олександр Вікторович**  
м. Київ, Україна*

## **КУЛЬТУРОЛОГІЧНА РЕГІОНІКА В ДОСЛІДЖЕННЯХ КАФЕДРИ ТЕОРЕТИЧНОЇ, ПРИКЛАДНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ І МУЗИКОЗНАВСТВА НАКККІМ**

Пріоритетним напрямком досліджень на кафедрі теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ є культурологічна регіоніка. Адже на сучасному етапі розвитку гуманістики активізується інтерес до вивчення культури різних регіонів нашої країни. Оскільки культурологія включає чотири компоненти: історію культури, теорію культури, практичну культурологію та культурологічну регіоніку, остання сьогодні інтенсивно розвивається і тісно співпрацює із різними суміжними науками – філософією, естетикою, етикою, історією, етнологією, соціологією, антропологією. Методологічною базою регіональних досліджень є філософія культури.

Сучасні процеси глобалізації сприяють альтернативному поглибленню культурної диференціації людства, виявленню інтересу до етнонаціональної ідентифікації, етнічної, регіональної, локальної культури окремих народностей, національних меншин.

Сучасні регіональні дослідження (Л. Микуланинець) характеризуються такими основними напрямками:

- висвітлення закономірностей розвитку культури певного регіону та введення до наукового обігу нових мистецтвознавчих та культурологічних понять;

- періодизація розвитку культури певного регіону;
- розкриття передумов, які сприяють культурному ренесансу чи, навпаки, занепаду досліджуваного регіону;
- виявлення причинно-наслідкових зв'язків між соціальними і культурними процесами;
- розкриття впливу мистецької освіти та освітньо-культурних центрів на розвиток культури окремого регіону;
- висвітлення внеску культурно-мистецьких надбань окремого регіону України у загальнонаціональну культурну спадщину;
- виявлення особливостей процесів глобалізації та інтеграції у сучасному культурному просторі України.

При наявності значної кількості праць по майже кожному регіону України, особливо Галичини, менш дослідженою залишається загальна теорія етнокультури, на яку спираються регіональні дослідження, а саме: творення глобальної планетарного масштабу культури людства на основі діалогу етнонаціональних культур; вироблення нової методології етнокulturології на основі екогуманізму, етнетики, національних моделей універсалізму (В. Личковах).

У руслі провідних сучасних тенденцій розвитку етнокulturології здійснює свою науково-дослідницьку діяльність кафедра теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ. Регіональні джерелознавчі праці кафедри є важливим концепційним підґрунтям формування національної самосвідомості українців і сприяють створенню сучасної системи духовних і культурних цінностей, дозволяють осмислити і систематизувати окремі явища і факти вітчизняних культурних процесів з сучасних світоглядних та методологічних позицій.

Так, на кафедрі проведені фундаментальні дослідження і опубліковані монографії В.А. Личковаха "Філософія етнокультури" (К., 2011), "Неокласична естетика в культурному просторі ХХ – початку ХХІ століть" (К., 2011). Пам'ятки історії культури України досліджуються в контексті національної парадигми культури в умовах глобалізації інформаційного простору (монографія О.В. Яковлева і В.Д. Шульгіної "Пам'ятки історії культури і музичного мистецтва України ХVІІІ – першої третини ХХ століття", К., 2011). У спеціалізованій вченій раді Д. 26.850.01 НАКККіМ аспірантами захищені регіональні дослідження: Г. Борейко "Культурне життя Рівненщини у 50-60 роки ХХ століття: тенденції та особливості розвитку", В. Чуркіною "Трансформація кобзарсько-лірницької традиції на Слобід-

ській Україні (кінець XIX – початок XX століття)", Л. Микуланинець "Становлення та розвиток професійного музичного мистецтва Закарпаття другої половини XX століття: етнокультурні аспекти", М. Слабченко "Музична культура Херсонщини у контексті регіональних культуротворчих процесів (кінець XIX – початок XX століття)". Готуються до захисту дисертації О. Стебельської "Музична культура Рівенщини другої половини XX століття в контексті регіонального джерелознавства", Т. Чернети "Бандурне мистецтво Дніпропетровщини: від аматорства до академізму", О. Черкашиної "Вінницький оперний театр та Вінницька філармонія – феномени української культури 20-30-х років XX століття".

Регіональний напрям науково-дослідницької діяльності кафедри культурології НАКККиМ має теоретичне та практичне значення, яке полягає у подальшому розвитку сучасних напрямів краєзнавчих досліджень, розробці регіональних аспектів соціокультурної проблематики. Отримані результати дослідження можуть використовуватись у подальших розробках з проблем розвитку музичної культури України, а також як методичний матеріал при укладанні навчальних і методичних посібників з культурології, теорії та історії української культури, історії української музики, курсів та семінарів з підвищення кваліфікації працівників освіти та культури, у просвітницькій діяльності громадських організацій і товариств, які займаються проблемами відродження національної культури.

*Редя Валентина Яківна*  
*Україна, м. Київ*

## **КУЛЬТУРОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ОСВІТИ СУЧАСНОГО ПРОДЮСЕРА**

Незважаючи на солідну кількість форумів, конференцій, симпозіумів різного рівня, на яких йдеться про необхідність підвищення ролі культури в усіх сферах прояву життєдіяльності людини, стан художньо-естетичної освіти студентів навчальних закладів викликає сьогодні не просто заклопотаність, а навіть тривогу. Сучасні освітні стандарти вищої школи не спрямовані, на жаль, на підсилення ролі культурологічної складової в учбово-виховному процесі. Поважні вчені дискутують, публікують науково-педагогічні, культурологічні, мистецтвознавчі праці, але протиріччя між теорією та практикою, на

наш погляд, стають все відчутнішими (свідомство тому – зростання показників антисоціальних явищ у суспільстві), а кількість студентів, що вивчають світову художню культуру, етику, естетику, культурологію – зменшується. Наслідки такого "урізання" можуть бути без перебільшення катастрофічними, адже в усі часи, починаючи з Античності, обов'язковими були гуманітарне навчання, художня освіта і виховання.

В епоху інформаційних технологій саме життя визначає пріоритетну модель підготовки майбутніх спеціалістів (у даному разі йдеться про студентів, що обрали фахову підготовку музичного продюсера та імпресарію) та виховання Особистості. Від того, як навчали та формували цю Особистість, багато в чому залежить її майбутня професійна реалізація, то ж питання про нагальність у навчальному плані циклу гуманітарних дисциплін, на наш погляд, сприймається як риторичне.

Історичний досвід демонструє, що освіта – це *культурний процес*, тобто процес засвоєння культури свого часу молодим поколінням. До цього процесу включені різні ступені освіти, різні учбові предмети, кожний з яких є певною гранню культури (нагадаю, що сам термін *культура* походить від латинського "*cultura*" – *виращування, обробка, піклування*: спочатку по відношенню до землі, далі – до душі людини; з часом це поняття увібрало в себе сукупність вмінь та навичок, накопичених людством, а врешті решт стало означати найвищий результат діяльності людей). Сьогодні проблема гуманізації людського існування постала з особливою гостротою. Звідси – значення гуманітарного знання, гуманітарних дисциплін, що надзвичайно зросло (порівняємо: для природничих наук, предметом дослідження яких також є людина, важливим є *устрій* цього "музичного інструмента", а для гуманітарних наук – його *звучання*, індивідуальне та неповторне).

Реальну можливість залучити студентів "вишів" до скарбниці світового мистецтва надає предмет "Українська та зарубіжна культура". Серед інших дисциплін гуманітарного циклу, що вивчаються студентами – зокрема, майбутніми музичними продюсерами, вагоме місце покликані займати гуманітарно-художні курси ("Шедеври світового мистецтва", "Міфологія народів світу", "Релігія та мистецтво") – можливо, факультативні, – з тим, щоб послідовно розвивати культурологічний напрямок у структурі гуманітарних дисциплін.

Зміст цих курсів навряд чи доцільно регламентувати суворими рамками учбового плану – адже вони не стільки "навчають" у звичному розумінні (тобто інформують, "наповнюють" голови студентів

набором відомостей, понять і т.п.), скільки забезпечують успішне проходження шляху, що веде до світу культурних досягнень людства, до світу мистецтва, дозволяють осмислити своє відношення до них, відкривають перспективу подальшого – самостійного пошуку у цьому напрямку (своєрідний "надпредметний" результат навчання, який неможливо виміряти кількістю засвоєної інформації та умінням її використовувати).

Враховуючи, що інформаційний простір гуманітарних наук розширюється і цей процес є невідпинним, необхідно вживати свого роду запобіжні заходи щодо інформаційної перенасиченості навчального процесу. Навчаючи майбутніх продюсерів, акценти у викладанні предметів гуманітарного циклу необхідно перенести зі звичної *інформативності* (що завжди була першоосновою навчання, являючи типово заповнення голів студентів конгломератом імен, дат, понять та ін.) – до спрямованості на *входження* до світу культури, мистецтва, на *відкриття можливості* подальшого просування у цьому напрямку. Молоді люди повинні зрозуміти, що художня інформація непідвладна комп'ютеру (на відміну від будь-яких інших видів інформації), що її сприйняття можливе лише за умов постійної праці душі...

Вивчення багатовікового художнього доробку відкриває можливість досягнення історичного досвіду різних епох та народів, дозволяє засвоїти величезний соціальний досвід людських відношень, світорозуміння людей, що знайшло відображення у творах мистецтва. З цих позицій неабияке значення у формуванні ціннісних уявлень, що є основою особистісних орієнтирів студента, має знайомство з художніми напрямками, течіями, стилями, жанрами та окремими творами різних видів мистецтва, у яких найбільш повно відобразилися "головні ідеї епохи". Показовою у даному сенсі є художня культура ХХ століття, що відобразила у різноманітті художніх стилів та творчих орієнтацій дух самої епохи – насиченої, різноликої, відзначеної стрімкою еволюцією людства, колосальними зрушеннями не лише в образі життя людей, але й у глибинах їхньої свідомості. Навіть "панорамне" знайомство з художньою культурою Сучасності викликає у студентів підвищений інтерес, формує складний комплекс свідомих та підсвідомих реакцій на твори мистецтва, народжує бажання зрозуміти задум творців, піднятися до досягнення духовної сутності їх творів – з тим, щоб у подальшому, у професійному житті, вільно орієнтуватися у безмежному світі мистецтва й гідно його презентувати. Від рівня загальної культури студента-продюсера багато в чому залежить його

професійне зростання, життєві успіхи, відчуття себе як Особистості. Культура ж суспільства, врешті решт, залежить від рівня культури індивідуумів...

***Використані джерела:***

1. Вульфсон Б.Л. Стратегия развития образования на Западе на пороге XXI века / Б.Л. Вульфсон. – М. : УРАО, 1999. – 208 с.
2. Зосім О.Л. Місце музичних дисциплін у процесі підготовки музичних продюсерів: теоретичний та практичний аспекти / О.Л. Зосім // Діяльність продюсера в культурному просторі України XXI століття: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2010. – С. 16–21.
3. Лихачев Д.С. Мысли о культуре будущего // Лихачев Д.С. Книга беспокойств: Воспоминания, статьи, беседы / Сост. Г.А. Дубровская. – М. : Новости, 1991. – С. 183–193.
4. Мун Л.Н. Информационные технологии и гуманизация образования / Л.Н. Мун // Искусство и образование. – 2000. – № 2. – С. 39–42.

***Горенко Лариса Іванівна***  
*Україна, м. Київ*

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:  
ІСТОРИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ВИМІРИ**

В контексті розвитку українського суспільства початку ХХІ ст. важливим постає сутність і значення принципів безперервності та наступності щодо **продюсерської діяльності** з урахуванням теоретико-методологічного підходу, де історико-культурологічний зміст стає одним із вирішальним. Всі ці аспекти набувають особливого значення в системі полікультурного простору сучасної України та зарубіжжя. Перш за все, **теорія і практика продюсерської діяльності** належить до пріоритетних сфер гуманітарної науки. Водночас, "теорія і практика продюсерської діяльності" як наука і навчальна дисципліна спирається на українську та всесвітню історію, культуру, стимулює їх розвиток і засвоєння, оскільки інтегрує надбання галузевих наук і вибудовує на цій основі якісно нову систему знань про особистість продюсера та феномен його діяльності.

За своїм змістом, наповненням, формою теоретичний та історико-культурний компонент "продюсерства" суттєво відрізняється від вузівських дисциплін. Ідеться про значно вищий рівень узагальнень і

систематизації знань не про конкретні події і факти, скільки про явища, тенденції та закономірності історичного процесу в їх органічному поєднанні з теоретико-методологічним досвідом філософської, історичної, правничої, культурософської, етнокультурологічної, етнографічної, філологічної та інших наук щодо ключових проблем розвитку **професійного продюсування**.

Наукове осмислення сутності продюсерської діяльності, її змісту, значення методологічних принципів системності, безперервності та наступності й забезпечення її культурологічної спрямованості нині набуває певного теоретико-методологічного змісту. В цьому контексті актуальним постає усвідомлення змісту понять "національна історична практика", "національна українська культура", "соціокультурна парадигма", "продюсерська діяльність", "продюсерська концепція", "історія, теорія і практика продюсування", "продюсерський практик", а також принципи забезпечення їх об'єктивності, безперервності та наступності [6, 123–125; 10, 74–75]. Перш за все, необхідно підкреслити системний характер цих понять та їх взаємозв'язок з культурознавством, розкрити теоретико-методологічне значення безперервності та наступності через засвоєння історико-культурних знань в контексті провідних центрів культурологічної науки: етнос–нація–держава–історія–культура–освіта–наука–мова–суспільство–світова спільнота, а також обґрунтувати низку конкретних рекомендацій, спрямованих на подальше підвищення світоглядно-виховної ролі історії, національної культури, науки та освіти в діяльності продюсера.

Як підкреслює завідувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККиМ, професор Шульгіна В.Д., "під національною історичною наукою ми розуміємо такий її зміст, характер і спрямованість, який об'єктивно віддзеркалює загальні тенденції самобутнього і самодостатнього українського історичного процесу, особливості формування українського етносу, української нації, її життєдіяльності на різних етапах у контексті світової історії" [2, 137–140; 13, 123]. Безперечно, теорія і практика продюсування базуються на найновіших надбаннях української і світової історичної науки та культурології, вони ґрунтуються на достовірних історико-документальних фактах, сповідують принципи правди, об'єктивності та доказовості, а також забезпечуються високоосвіченими та висококваліфікованими спеціалістами в галузі теорії та історії культури, культурології.

Головне покликання продюсерської діяльності органічно впливає з пізнавальної, світоглядної, естетичної та комунікативної функ-

цій культури та культурології як науки і провідних навчальних дисциплін, мета яких надати людині систему наукових знань з історії та теорії культури, перш за все, українського етносу (народу), нації; допомогти їй засвоїти повчальний історико-культурний досвід, опанувати вмінням об'єктивно оцінювати події і факти культурного життя, а також впровадження нових технологій в сфері науки, освіти та шоу-бізнесу.

Необхідно зазначити, що **культурологія та продюсерська діяльність** – це галузі наукового знання (пізнання), предметом дослідження яких є культура в її історичному розвитку та часопросторі. Дослідження культури загалом має давні філософські традиції (філософія, історія, філософія культури) і нині здійснюються такими науками як археографія, етнографія, психологія, історія, соціологія, етика, естетика, логіка, філософія культури. На початку ХХ ст. з'являються перші спроби спеціального міжпредметного дослідження культури та культурно-історичних явищ [1, 312; 4, 252; 12, 89–90]. Основи культурології як самостійної наукової та навчальної дисципліни, не зводяться до філософського, історичного, естетичного, етичного, соціологічного, морфологічного, мовознавчого, мистецтвознавчого та інших підходів у вивчення культури. Оформлення культурології як специфічної сфери гуманітарного знання сягає Нового часу і пов'язане з філософськими концепціями історії Дж. Віко, Й. Гердера та Г. Гегеля. Більшість дослідників вважають, що у розвитку культурології можливо виділити кілька основних теоретичних концепцій або парадигм як відрефлексованих теоретичних і методичних положень, на які спираються культурологічні дослідження. До основних теоретичних концепцій або парадигм належать: 1) циклічна концепція (або концепція циклічних коловоротів) (Дж. Віко, М. Данилевський, О. Шпенглер, А. Тойнбі); 2) еволюціоністська (Л. Моргана, Е. Тейлора); 3) антропологічна; 4) філософська; 5) революційно-демократична. Концептуальні основи культурології простежуються у працях американського вченого Леслі Уайта, який вважається одним із перших теоретиків-дослідників цієї новітньої наукової дисципліни. Його послідовниками в цьому напрямку були Ф. Ніцше, О. Шпенглер, а трактування окремих культурологічних концепцій здійснили: Г. Сковорода, І. Котляревський, М. Гоголь, М. Грушевський, П. Гулак-Артемівський, Г. Квітка-Основ'яненко, М. Костомаров, П. Куліш, М. Максимович, І. Франко, М. Драгоманов, Леся Українка, Т. Шевченко, В. Вернадський та багато інших діячів української національної культури. Переважно

всі вони спиралися на філософські засади, з іншого – на художньо-естетичне осмислення культури в мистецьких творах, що надавало змогу досягнути філософсько-культурні явища як феномен цілісного.

Особливості культурології як науки спричинені її багатовимірним феноменом. Нині культурологія перебуває на стадії становлення, уточнення свого предмета, об'єкта і методів дослідження, а сама культурологічна наука набуває теоретико-методологічної зрілості. Вирізняють кілька підходів щодо наукового статусу культурології, серед яких є три її основні визначення: **культурологія** (від лат. *cultura* – догляд, виховання, обробка; *logos*) – це комплекс дисциплін, що вивчають культуру по історичній вертикалі її розвитку, соціальному функціонуванню з визначенням кінцевого результату системності культурного феномена; культурологія – це сукупність дисциплін, що вивчають культуру і намагаються досягнути її як цілісне явище з урахуванням надбань супутніх дисциплін, а також з позиції культурології, національних, регіональних особливостей в їх історичному розвитку; культурологія – це самостійна наукова дисципліна в системі соціально-гуманітарних знань. Отже, культурологія – це наука, яка вивчає специфіку розвитку матеріальної та духовної культури цивілізацій, етносів, націй у конкретно-історичному періоді, їх взаємозв'язки та взаємовпливи [3, 186; 5, 178]. Питання щодо самостійності (автономності) культурології зумовлені наступними чинниками: усвідомленням специфіки класичної "філософії культури", яка ставить за мету осмислення емпіричного (етнографічного) матеріалу); необхідністю розробки такої методології, яка забезпечить, з одного боку, адекватне дослідження культури окремими науковими галузями, а з іншого – її предметну єдність, що впливає із субстанційного розуміння культури; намагання розробити "спільні знаменники" щодо розуміння культури в умовах різкого зростання взаємодії різних етнокультур; необхідністю цілісного, системного аналізу культури як сфери державної політики України; необхідністю формування культурних потреб людини та сучасного суспільства. Іншими словами, *культурологія* є **системою знань** про сутність, закономірності існування та розвитку, людське значення та способи пізнання культури. Тому важливим завданням теоретичних завдань культурології є пізнання сутності культури і виявлення законів та механізмів функціонування конкретних форм і сторін культури [2, 149; 7, 55; 11, 3–5]. В цьому контексті до **основних завдань культурології** належать: аналіз культури як системи культурних феноменів; виявлення ментального змісту культури;

дослідження типології культури; розв'язання проблем соціокультурної динаміки; вивчення культурних кодів та комунікацій. Всі вищезазначені завдання культурології є базисом для **продюсування в системі музичної індустрії** України кінця XX – початку XXI ст.

Сучасні наукові дослідження в галузі культурології та продюсування мають такі моделі: 1) підхід щодо чіткого розмежування вивчення суб'єкта та об'єкта пізнання (вивчення), їх раціональної інтерпретації; 2) культурологія та продюсування є об'єктом відбиття повсякденного життя людини і специфічною формою узагальнення, характеризуючи їх на рівні діалектики; 3) заперечення можливості вивчення в повному обсязі досягнень етнокультурних зразків, їх пізнання та узагальнення, особливо щодо своєї культури та продюсерської практики [1, 312; 8, 99–100]. Водночас сучасна культурологічна наука вважає предметом систему знань, що могла б концептуально впливати на формування культури суспільства та всіх форм культурного менеджменту, а також стати самостійною галуззю суспільно-гуманітарних знань. З огляду на нагальність цієї проблеми необхідно розробити концепцію національної культури та продюсерської практики, які б могли поєднати теоретичні й практичні уявлення щодо їх втілення в усі сфери людської життєдіяльності та життєтворення [9, 48–52]. Крім того, стає актуальним розробка методології для забезпечення комплексного дослідження культури як цілісного явища; вироблення концепції української національної культури як складової державної політики і втілити її в діяльність системи управління, кадрового забезпечення та модернізації. Також актуальним стає врахування культурних потреб людини, особистості, де продюсерська практика є однією з пріоритетних сфер культурної політики Української держави на початку XXI століття. Загалом теорія і практика продюсерської діяльності в Україні потребує подальшого комплексного дослідження на засадах новітньої культурологічної науки.

### ***Використані джерела:***

1. Горенко Л.І. Культура в системі українознавства / Горенко Лариса Іванівна // Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту українознавства / [За загальною редакцією професора П.П. Кононенка] ; [Відповідальний редактор О.Б. Ярошинський]. – К. : Міленіум, 2003. – [Т. I : Українознавство : теорія, методологія, практика]. – С. 311–315.

2. Горенко Л.І. Культурологія як феномен українознавства / Горенко Лариса Іванівна // Збірник наукових праць Науково-дослідного інституту україно-

знавства. – К. : Українське агентство інформації та друку “Рада”, 2009. – Т. XXIV. – С. 137–150.

3. Горенко Л. Енциклопедія етнокультурознавства / Лариса Горенко // Українознавство. – 2009. – Номер 3. – С. 186.

4. Горенко Л. Українознавча методологія та проблеми дослідження етнокультурознавства / Лариса Горенко // Українознавство. – 2007. – № 4. – С. 251–256.

5. Грушевський М.С. На порозі нової України. Статті і джерельні матеріали / Грушевський Михайло Сергійович. – Нью-Йорк – Львів – Київ – Торонто – Мюнхен, 1992. – 278 с.

6. Калакура Я. Безперервність та наступність національної історичної освіти : українознавчий зміст / Ярослав Калакура // Українознавство. – 2006. – Номер 4. – С. 122–127.

7. Калакура Я.С. Історичний антропологізм як методологічний принцип українознавства / Калакура Ярослав Степанович // Збірник наукових праць НДІУ. – К. : Міленіум, 2006. – Т. XI. – С. 52–60.

8. Калакура Я. Історичні засади українознавства як науки і навчальної дисципліни / Ярослав Калакура // Українознавство. – 2005. – Число 4. – С. 96–101.

9. Кононенко П.П. Українознавство – шлях пізнання, самопізнання, самотворення особистості і народу / Кононенко Петро Петрович // Українознавство в системі освіти міста Києва / [За заг. ред. П. П. Кононенка і Б. М. Жебровського]. – К. : Гранд, 1998. – С. 47–55.

10. Усатенко Т.П. Українознавство в парадигмі науки / Усатенко Тамара Пилипівна // Педагогіка психологія професійної освіти : [Наук.-метод. журнал]. – 2005. – № 4. – С. 73–79.

11. Усатенко Т.П. Українознавчі проблеми педагогічної думки в XIX–XX столітті / Усатенко Тамара Пилипівна // Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора педагогічних наук за спеціальності 13.00.01 – загальна педагогіка та історія педагогіки. – К. : Друкарня Прінт Квік, 2007. – 42 с.

12. Крисаченко В. Світоглядна парадигма XX ст. : український внесок / Валентин Крисаченко // Українознавство. – 2008. – № 1. – С. 87–90.

13. Українознавство XXI століття : виміри розвитку / [Гол. редактор П.П. Кононенко ; редактори-упорядники : Т.П. Кононенко, Н.М. Істоміна, Т.Л. Ренке]. – К. : ННДІУ, 2009. – 432 с.

## **СТАНОВЛЕННЯ ПРОДЮСУВАННЯ В УМОВАХ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

На сучасному етапі державотворчого процесу Україна обрала європейський шлях розвитку. Свідченням цього є не тільки вибір країною відповідного політичного курсу, соціально-економічної стратегії, а й її перехід на європейські освітні стандарти, намагання створити розвинений, осучаснений та ефективний культурно-мистецький простір. Конкурентоздатність України на глобальному рівні залежить від її можливостей запроваджувати інновації, стимулювати творчі індустрії, створювати і захищати інтелектуальну власність, засвоювати нові синтетичні форми культурного виразу та продукту.

Про нагальні проблеми національної культурної політики в Україні йшлося у звіті, підготовленому Радою Європи в рамках європейської програми оглядів національних культурних політик, здійсненому на замовлення українського уряду у 2007 році. "Головне питання для України полягає в тому, – говориться у звіті, – щоб повністю усвідомити і прийняти модернізаційні процеси в економіці і суспільстві, а потім розробити відповідну цьому моменту культурну політику. Модернізація сама по собі є культурним феноменом, і будь-яка національна культурна політика, що не змогла осмислити і відреагувати на модернізаційні тенденції й процеси в суспільстві, буде приречена на маргіналізацію і діятиме в обмеженому і штучно створеному просторі" [5].

На сучасному етапі у вітчизняному культурному просторі відбуваються активні трансформаційні процеси. Їх концептуальною ознакою стала поява поряд з державними, недержавних організацій, становлення комерційного сектору культури – культурної індустрії (книговидавництва і книготоргівля, кінематографія, музична індустрія, телебачення та радіо, реклама, Інтернет, індустрія моди, туристична індустрія тощо). Ключовою фігурою у розвитку цих інноваційних форм культурного виробництва стає продюсер, функції та роль якого у мистецькому процесі поки що недостатньо чітко визначені на законодавчому рівні, що зумовлює вивчення цієї проблеми у теоретичному аспекті.

За "Словником іншомовних слів" "продюсер (англ. *Producer* від лат. *produco* – виробляю) – особа, яка організує виробництво кінофі-

льму, виконує ідейно-художній та організаційно-фінансовий контроль за продукцією кіно- та телекомпанії; власник кіностудії" [7]. В Законі України "Про кінематографію" дається визначення терміну "продюсер фільму", а "продюсер аудіовізуального твору" – в Законі "Про авторське право і суміжні права" [3]. Крім того, в законі "Про кінематографію" дається визначення "продюсерської системи". Посилаючись на вказані документи, можна зазначити, що "продюсер фільму – фізична або юридична особа, яка організовує, або організовує і фінансує виробництво та розповсюдження фільму", а "продюсер аудіовізуального твору – особа, що організує або організує та фінансує створення аудіовізуального твору" [4].

Таким чином, згідно з українським законодавством, продюсери мають діяти лише в аудіовізуальній (кінематографічній) сфері. Згідно ж зі світовою практикою сфера їх діяльності значно ширша. У цьому зв'язку у праці Стівена Ленглі "Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід" зазначено: "Досвід продюсерів у комерційному театрі полягає, в основному, в їх спроможності спрогнозувати попит глядача на певну видовищну продукцію, а потім реалізувати її на ринку з найбільшим прибутком. Вони діють як і всі інші підприємці. Звичайно до обов'язків комерційних продюсерів не входить піклування про зріст та розвиток талантів, інтелектуальні та духовні потреби артиста, принаймні до тих пір, доки вкладені ним ресурси обернуться на прибуток. Індустрія комерційного театру витрачає мало грошей та часу на те, що називається "розвиток виробництва". Рідко зустрічається комерційний продюсер, який підтримує сценариста-початківця стипендією, або засновує молодіжну студію в театрі. Замість цього цей продюсер чекає, доки якийсь неприбутковий театр набуде творчої та фінансової ваги, а потім спробує придбати його, поставити на комерційну основу і отримати прибуток" [6, 21]. Отже, продюсер комерційного театру в США ("комерційний продюсер") є підприємцем і, відповідно, він орієнтується на глядацький платоспроможний попит на видовищну продукцію, його діяльність спрямована на отримання прибутку.

До основної функції продюсера автор вказаної книги також відносить його участь у розподілі фінансів та відповідальність за ефективність їх використання. "Продюсер повинний понад усе побільше заробляти і поменше витрачати грошей компанії. Більшість грошей, щоправда надходять від інвесторів, яким, як правило, забороняється бути менеджерами в підприємствах з обмеженою відповідальністю, а

більшість комерційних організацій такими і є. Однак, якщо прибутку немає, а після витрати всього капіталу ще й лишилися борги, продюсер несе за це персональну відповідальність. Жодний з менеджерів або інших працівників такої відповідальності не несе, якщо вони звичайно не припустилися кримінального порушення" [6, 46].

Слід відзначити, що стосовно джерел і обсягів фінансування музичної сфери, зокрема музичного шоу-бізнесу, який як і кінематографія є важливою сферою для продюсерства, то в цій галузі ситуація в Україні має свою специфіку. Це суттєво впливає на розвиток продюсерської діяльності та її характер. Як зауважує Кирило Стеценко, "в Україні та Росії купівельна спроможність населення досить низька, а отже, основний загальний фонд населення не є надійним джерелом прибутків шоу-бізнесу. В США – ситуація цілком інша, у США ринок для шоу-бізнесу – це увесь світ, у Росії – весь простір колишнього СРСР, а в нас – це лише Україна, та й то не повністю. В Україні домінує не інвестиційна, а спонсорська форма підтримки шоу-бізнесу, натомість у США і Росії – інвестиційна" [2, 141].

Разом з тим, продюсерство не можна обмежувати лише комерційною сферою. Для реалізації некомерційних проектів теж потрібні продюсери, які б ініціювали культурно-мистецький процес, залучали (знаходили) кошти і брали на себе ініціативу і відповідальність за реалізацію проектів та вирішення всіх пов'язаних з цим питань і проблем. Звичайно, вибір продюсера для реалізації некомерційного мистецького проекту, для фінансування якого виділяються бюджетні кошти, має відбуватися виключно на конкурсних засадах з врахуванням поданих учасниками конкурсу пропозицій (варіантів) реалізації проекту, кошторисів, гарантій щодо залучення коштів для реалізації проекту з інших джерел (меценати, спонсори, рекламодавці тощо).

В українському законодавстві дається визначення термінів "*продюсер аудіовізуального твору*" (Закон України "Про авторське право і суміжні права") та "*продюсер фільму*" (Закон України "Про кінематографію"). Хоча фільм, за визначенням, є аудіовізуальним твором перше визначення певною мірою суперечить другому. Згідно з визначенням продюсером аудіовізуального твору може бути "особа" (як видно з контексту – лише фізична особа), а продюсером фільму "фізична або юридична особа". Щоб вважатись продюсером аудіовізуального твору, достатньо організувати або організувати і фінансувати його "створення". Для продюсера фільму обов'язковим є ще й його розповсюдження. А це означає, зокрема, що особа яка займається

лише виробництвом фільму, може вважатись продюсером і претендувати на державну підтримку в "продюсерській системі". Таким чином, на думку дослідників Українського центру культурних досліджень, необхідно усунути суперечності між визначеннями "продюсер аудіовізуального твору" та "продюсер фільму", а словосполучення "виробництвом і розповсюдженням" доцільно замінити виразом "виробництвом і/або розповсюдженням".

Отже, як свідчить світовий досвід, сфера продюсерства не обмежується виробництвом аудіовізуальних творів, а поширюється і на академічне музичне мистецтво, шоу-бізнес, театральну справу, гастрольно-концертну діяльність тощо. Тому доцільно дати в українському законодавстві універсальне визначення терміну "продюсер", врахувавши при цьому, що продюсер тим відрізняється від менеджера, що бере на себе ініціативу і відповідальність (а значить – фінансові ризики) за реалізацію культурно-мистецького проекту – комерційного або некомерційного.

Широке та ефективне застосування продюсерства в культурно-мистецькій сфері України, крім недосконалості правової бази, стримується недостатністю підготовлених кадрів та обмеженістю джерел фінансування мистецьких проектів. У цьому зв'язку, для поліпшення ситуації необхідно врахувати як досвід країн з розвинутою ринковою економікою, так і досвід, накопичений країнами близького зарубіжжя, зокрема Росії та Польщі.

#### ***Використані джерела:***

1. Безгін І.Д., Семашко О.М., Ковтуненко О.І. Театр і глядач в сучасній соціокультурній реальності. – К. : КФ НВК "Наука", 2002. – 336 с.
2. Гриценко О., Солодовник В. Пророки, пірати, політики і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / Наук. ред. Кілієвич О. – К. : "К.І.С.", 2003. – 168 с.
3. Закон України "Про авторське право і суміжні права" // Законодавство України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3792-12>
4. Закон України "Про кінематографію" // Законодавство України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=9%2F98-%E2%F0>
5. Культурна політика України / Рада культурної співпраці Ради Європи. – 2007. – <http://mincult.gov.ua>
6. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід / Переклад з англ. за ред. І.Д.Безгіна. – К.: ВВП "Компас", 2000. – 640 с.
7. Словник іншомовних слів. – К. : Наук. думка, 2000. – 680 с.

## **ПРО ТРАНСФОРМАЦІЮ ТРАДИЦІЙНОЇ ЖАНРОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНСЬКОЇ НАРОДНОЇ МУЗИКИ У СТИЛЬОВИХ НАПРЯМАХ ВІТЧИЗНЯНОГО ШОУ-БІЗНЕСУ**

Метою цього дослідження є відстеження зв'язків музичних стилів українського шоу-бізнесу з певними жанрами української народної музики, віднайдення логіки залежностей у становленні стилістики сучасної української популярної музики на основі тих або інших жанрово-тематичних осередків вітчизняної етнокультурної традиції. Визнаючи, що самобутність національної музичної культури формується її фольклорними джерелами, ми прагнемо їх пізнати. Розуміння ролі українського фольклору у процесі формування стилістичної конфігурації вітчизняного шоу-бізнесу є питанням не лише науковим. Воно має також і практичне значення для побудови ефективної культурної політики держави та для експертної підтримки ринкової успішності українських продюсерських агенцій на постіндустріальних теренах глобальної конкуренції.

Ідея пробудження націєтворчої сили сучасної української музичної культури шляхом поєднання її автентичних фольклорних джерел з найновішими стилістичними течіями у світовій популярній музиці надихнула організаторів фестивалю "Червона рута" до фундаментальних музикознавчих рішень та сміливих продюсерських кроків. Наприкінці 1980-х років була створена системна культурологічна концепція, яка поставила перед організаторами й учасниками майбутнього фестивалю доволі складні організаційні, культурологічні, мистецтвознавчі, фольклористичні та творчі завдання. Для перемоги у мистецьких змаганнях артистам було запропоновано проявити не лише виконавський таланти, а й високу професійну компетентність у двох музичних контекстах одночасно. Першим таким контекстом було проголошено наймодніші стилістичні тенденції світової молодіжної музики, а другим – автентичний духовний простір української народної музики.

Отже, важливим джерелом для формування наукової бази нашого дослідження стали організаційні документи фестивалю "Червона рута", які розкривають жанрову структуру конкурсів та систему конкурсних критеріїв. Для унаочнення змісту цих критеріїв наводимо витя-

ги з "Положення про XII Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні та популярної музики "Червона рута" [2.1-2], принципи якого повністю ґрунтуються на ініціальних документах 1989 року: *"Індивідуальність і неповторність, новизна, сучасність і молодіжність не можуть виступати (а відтак - і розглядатися) відірвано від української національної визначеності музики і виконання. Вихід за межі естрадних стереотипів не повинен означати розриву з національними традиціями взагалі. Поряд із словесною мовою національна визначеність включає в себе й характер музичної мови (мелодії, ритму, тембру, акордики, аранжування, імпровізацій), манери виконання (співу або речитативу, інструментального супроводу), особливості сценічного образу (поведінки, одягу, хореографії, сценографії, атрибутики), а також спілкування з аудиторією. Перелічені компоненти є лише засобами, за допомогою яких виражається коло настроїв, спосіб переживання дійсності (як відомо, у кожного народу ці властивості самобутні). Разом з тим національне не обмежується рамками якогось одного стилю чи напрямку, а виступає в найрізноманітніших проявах – "високих" і "низьких", серйозних і пародійних, загальнонаціональних і регіональних"*.

Протягом наступних двох десятиліть в Україні було проведено ще 11 фестивалів "Червона рута" та десятки інших музичних форумів, які орієнтувалися на відродження та актуалізацію українських етнокультурних цінностей. Серед найпомітніших проєктів, у музиці яких відчувається українська "національна визначеність", слід назвати фестивалі "Оберіг", "Тарас Бульба", "Мазепа", "Вітер зі Сходу", "Rock-n-Roll на Руїнах", "Шлях до Волі", "Нові Зірки Старого Року", "Країна Мрій", "Перлини сезону", "Рок-Екзистенція", "Січ", "Українське Різдво", "Трипільське коло", "Свірж", "Шешори" та багато інших. Завдяки цим та іншим масовим заходам, а також музичним записам, оприлюдненим на касетах, компакт-дисках, в ефірі теле/радіопрограм та в Інтернет-просторі, з'явилася значна і розмаїта кількість артефактів, яка надає можливість для здійснення валідного порівняльного жанрово-стилістичного аналізу в контексті завдань нашого дослідження.

Отже, які традиційні жанри вже відкрили свій потенціал для українського шоу-бізнесу? Чи є якісь закономірності у процесі відбору цих жанрів для творення нових творів, стилів і видів вітчизняної популярної музики? Які царини музичного фольклору мають невикористаний потенціал, який ще може відкрити свої глибини для подальшого формування й посилення національної самобутності україн-

ської популярної музики та конкурентності вітчизняного шоу-бізнесу?

Перш ніж перейти до предметної роботи з артефактами визначимося з деякими теоретичними засадами та змістом термінів. Ось перелік тлумачень професійних понять у тих сенсах, які ми вживаємо у нашому дослідженні:

- *Жанр музики* – функціонально-прагматичний спосіб класифікації музичних творів за ознаками їх призначення, вживання музичних інструментів, умов виконання [10];
- *Музичний стиль* – спосіб виявлення певного образно-емоційного змісту через відповідні йому засоби музичної виразності [10];
- *Індивідуальний музичний стиль* – певний тип музичних творів, об'єднаних спільною системою образів, емоцій та виражальних засобів [10];
- *Вид музики (мегажанр)* – музично-чуттєва парадигма світу, яка відповідаючи власному історичному контексту підтримує світоглядно-ціннісні установки і спосіб життя людей певного соціально-психологічного типу [10].

#### **Традиційна жанрова система української народної музики.**

Сучасні погляди на жанрову структуру українського фольклору узагальнено у книгах доктора мистецтвознавства, професора Анатолія Іваницького "Український музичний фольклор" [5], "Українська музична фольклористика" та "Основи логіки музичної форми". Еволюційно-історичний спосіб презентування жанрів української народної музики переконливо застосовується у монографії "Історія української музики" [7] кандидата мистецтвознавства Лідії Корній. Враховуючи зміст розробок цих та інших авторів ми спробуємо вибудувати й наше розуміння вертикалі (історичний розвиток) та горизонталі (жанровий поділ) фольклору як "концентрату духовної історії людства від найдавніших часів і до сьогодення" [5.5]. Якщо виходити з дефініції, що "фольклор – це традиційна і сучасна творчість усної традиції" [5.5], а також, беручи до уваги те, що "фольклор охоплює поетичну, музичну, хореографічну, драматичну творчість народу" [5.5], ми виходимо на такі попередні висновки (засновки): а) явище "фольклору", змінюючи свої функції та форми, не змінює своєї *анонімно-колективної сутності* впродовж різних епох та суспільно-економічних формацій; б) незважаючи на "усну" природу, феномен "фольклору" поширюється й на всі інші види *нематеріальної* народної культури, культурних практик та мистецької творчості. Продовжуючи цю логіку ми насмілює-

мося запропонувати орієнтаційну чернетку до схеми *історичної періодизації домінантних форм фольклорної діяльності*: 1) первісне магічне мистецтво (приблизно від 40 тис. років до н. е.); 2) обрядова народна творчість (приблизно від 4 тис. років до н. е.); 3) героїчний билинний епос (від IX ст.); 4) героїчний козацький епос (від XV ст.); 5) лірико-епічний фольклор (від XVI ст.); 6) лірико-побутовий фольклор (від XVII ст.); 7) народно-аматорська стилізація (від XVIII ст.); 8) пісенно-романсова творчість (від XIX ст.); 9) сучасна авторська пісня (від XX ст.); 10) інтерактивно-цифрова творчість (XXI ст.). Між іншим, музичним фольклором (Folk Music) у США називають сучасне бардівське мистецтво та авторську пісню, а народну музику там іменують словом "традиціоналізм" (Traditional). Що ж до "інтерактивно-цифрової творчості XXI ст.", то тут ми звертаємо увагу на феномен поєднання нових форм комунікацій (Інтернет) з новими мультимедійними цифровими (digital) технологіями роботи зі звуком, графікою, кольорами та рухомими зображеннями. Вважаємо, що це масове явище, як колективна та анонімна, а також спрямована на задоволення побутово-комунікаційних та креативно-рекреаційних потреб людини творчість, виконує функції глобально-локального (глокального) фольклору інформаційної доби.

Що ж до парадоксальної неможливості вибудувати універсальну та внутрішньо несуперечливу схему жанрової структури українського фольклору на кшталт усезагальної класифікації форм земного життя Карла Ліннея, то тут, на нашу думку, причина криється в одночасному існуванні, конкуренції, трансформації, рефреймінгу та ребрендингу музичних жанрів, які було історично породжено у різні часи різними *домінантними формами фольклорної діяльності*. Додатковим принциповим ускладненням на шляху до витворення стрункої та єдиної жанрової системи українського музичного фольклору постає його синкретична природа, яка виходить далеко за межі суто музичного мистецтва та керується багатьма позамузичними і позамистецькими чинниками.

Отже, в роботі з "уявними" жанровими структурами українського фольклору було б слушністю визнати доцільність підтримки існуючих дослідницьких традицій, прийняти раціональність застосування феноменологічно-позитивістської логіки, а також оцінити продуктивну реальність гнучкого поєднання "спеціальних теорій" з мистецтвом уникання спокус "тотальної теорії абсолютності".

**Жанрова, стильова та видова типологія музики українського шоу-бізнесу.** Жанрова та стильова конфігурація музичної практики вітчизняного шоу-бізнесу досить своєрідно й суперечливо поєднує сучасні світові тенденції з *українською радянською та українською етнічною традиціями*. Детальний розгляд *жанрово-стильової системи* сучасної української популярної музики повинен стати предметом окремого дослідження. Але у даній роботі ми обмежимося накресленням *видової типології музики* з подальшим розглядом *жанрово-стилістичних взаємодій* між тими *видами музики*, які потрапили під вплив силових полів саме шоу-бізнесових і фольклорно-фольклористичних практик.

З європейської історії відомо, що в барокову епоху існувало всього три види музики: "народна", "церковна" і "світська". Пізніше, в часи класицизму на основі попередніх видів виник ще один вид музики – "академічна". Протягом ХІХ ст. з'являється "салонна музика", яка потім перетворюється в "легку", "естрадну", "популярну" та "поп-музику". На початку ХХ ст. формується "джаз", а на початку 1950-х років народжується "рок-музика". Авторська усна традиція, яка віками культивувалася в епічних, придворних та міських жанрах, набуває у ХХ ст. визнання як "авторська" або "бардівська пісня". З 1990 року з танцювальної "поп-музики" в окремий вид музичного мистецтва відгалужується "електронний денс". Ми вважаємо, що палітра музичного життя сучасності налічує *дев'ять видів музики*. Ось як має виглядати їх перелік:

1. *Народна музика* (традиційний фольклор);
2. *Академічна музика* ("класична", естетика розвитку);
3. *Поп-музика* (естрада, "попса", дозвіллєві субкультури);
4. *Джаз* (імпровізаційна музика чуттєвої емансипації);
5. *Музика бардів* (авторська пісня та співана поезія);
6. *Рок-музика* (протестний, морально-естетичний ідеалізм);
7. *Електро-денс* (електронна музика для танців і відпочинку);
8. *Церковна музика* (традиційна і новітня культова обрядовість);
9. *Функціональна музика* (побутове звукове тло та супровід ритуалів).

Сучасний український шоу-бізнес повністю охоплює *поп-музику, рок-музику та електро-денс*, а також частково включає в себе *джаз і музику бардів*. Крім того, шоу-бізнес ще й долучає, трансформує та використовує творчі ресурси *народної, академічної і джазової музики*, а також пропонує свій продукт для утилітарних потреб *функціональної музики*.

Потребою ж нашого дослідження є виявлення фактів і закономірностей, за якими музичні складові українського шоу-бізнесу, а саме – *поп-музика, рок-музика, електро-денс, джаз і барди*, використовують *музичні ресурси українського фольклору*.

**Історичні кореляції формування стильових напрямів вітчизняного шоу-бізнесу в процесі освоєння традиційних жанрів української народної музики.** Щоб дослідити історичні кореляції формування стильових напрямів вітчизняного шоу-бізнесу на основі музичних ресурсів традиційних жанрів української народної музики варто "копати тунель з двох протилежних сторін": спочатку ми відстежуємо лінії творчого процесу у кожній *видовій складовій* шоу-бізнесу, а потім дивимось, як *жанри музичного фольклору* впливають на породження і розвиток *музичних стилів* у шоу-бізнесі.

**Поп-музика.** Українська естрада 50-х – 60-х років ХХ ст. культивувала три стилістичних напрями: 1) офіційна *громадянсько-патріотична пісня* (наприклад: російськомовна – "Родина" або "Пісня про Дніпро"; українськомовна – "Степом, степом" або "Вічний революціонер"); 2) *жартівливо-комічні пісні* ("Пісня про Гриця", "Гандзя"); 3) *лірична пісня* ("Черемшина", "Чорнобривці", "Пісня про рушник", "Два кольори", "Ми підем, де трави похилі", "Ой, ти дівчино, з горіха зерня"). Найрозвиненішим напрямом була *лірична пісня*, яку саме в той час створювали українські композитори, розвиваючи і продовжуючи цим жанрово-інтонацію традицію *пісні-романсу* XVIII-XIX ст. ("Стоїть гора високая", "Дивлюсь я на небо", "Ніч яка місячна, зоряна, ясная", "Ой, не світи місяченьку", "Сонце низенько", "Взяв би я бандуру", "Чорнії брови, карії очі", "Повій вітре на Україну", "Віють вітри, віють буйні").

Українська популярна музика 70-х – 80-х років ХХ ст. помітно розширила свою жанрово-стильову палітру, оскільки у музичну мову композиторів й аранжувальників проникли джазові ритми, інтонації та гармонії. Іншим, помітним чинником змін стало потужне вторгнення рок-музики у нове покоління українців та поява альтернативної, майже підпільної, молодіжної рок-культури. Власне, ці зміни почалися ще в 60-і роки у формі народження нового для України виду музики – "рок-музики", яке частково сублімувалося у жанр ВІА (вокально-інструментальні ансамблі). Саме ВІА започаткували справжній *фольклорний бум* в українській поп-музиці. Виразником і двигуном цього руху виявилися гурти "Березень", "Кобза", "Еней" та "Ватра". Помітним каталізатором зацікавлення українців рідним фолькло-

ром виявилися білоруські "Пісняри". Але на зламі 60-х і 70-х років ХХ ст. спалахнула нова зірка української естради – композитор Володимир Івасюк. Саме завдяки його пісням "Червона рута" і "Водограй", а також завдяки резонансним фільмам за участю актора Івана Миколайчука "Тіні забутих предків" та "Білий птах з чорною ознакою" з'явилася мода на "українське" і, зокрема, на "гуцульське", "карпатське", "западенське". Ця тенденція стала поширюватися на гребені культурницько-політичного руху "шістдесятництва", яке виростало в умовах "хрущовсько-шелестівської відлиги".

Важливим естетичним орієнтиром і моральним стимулом для розвитку української поп-музики 70-х – 80-х років стала артистична діяльність гуртів "Смерічка", "Ватра", "Жайвір", "Світязь", "Червона рута", "Край", "Тріо Мареничів", "Медобори", "Кобза", "Мрія", а також митців чернівецької плеяди – Софії Ротару, Василя Зінкевича, Назарія Яремчука, Павла Дворського та Миколи Мозгового. Неможливо переоцінити й значення еталонних мистецьких досягнень співачок Ніни Матвієнко (Україна) та Квітки Цісик (США). Наслідком еволюції української поп-музики цього періоду стало її збагачення інтонаційно-стилістичними ознаками таких фольклорних жанрів: 1) *коломийка*; 2) *козачок*; 3) *гопак*; 4) *пісня-балада*; 5) *поховальне голосіння*; 6) *пісня-молитва*; 7) *колискова пісня*; 8) *стрілецькі та визвольні пісні ХХ ст.*

Протягом наступних двох десятиліть (з 1989 по 2011 рр.) у лоні української поп-музики народився її новий, альтернативний струмін, виникнення якого було до певної міри спровоковане та виплекане організаторами Фестивалю "Червона рута". Найсміливіші концептуальні кроки у напрямі подальшого освоєння "незайманих" ресурсів вітчизняного фольклору було зроблено композиторами та аранжувальниками співачок Ольги Неки, Жанни Боднарук, Алли Попової, Інеси, Ірини Шинкарук, Каті Чилі, Росави, а також гуртів "Радослав", "Автентичне життя", "Потужні дівчата", "Танок на майдані Конго", "Руслана", "Солома Гурт", "Крапка", "ДахаБраха". Новими фольклорними жанрами, актуалізованими у прогресивних стилях поп-музики стали: 1) *купальські та русальні пісні* ("На Йвана" у виконанні А. Попової та "Rusalka In Da House" у репертуарі Каті Чилі); 2) *магічно-заклинальні пісні* ("Місячний оберіг" у виконанні І. Шинкарук, "Караваєва пара" О. Неки та "Приворожи" Ж. Боднарук); 3) *веснянки* (в репертуарі "Радослава", "Потужних дівчат", "ДахиБрахи"); 4) *колядка* у співставленні з музикою до танцю ("Пустіть до хати" з репертуару "Потужних

дівчат"); 5) *жартівлива пісня до швидкого танцю* ("Така я" у виконаннях "Потужних дівчат" і "Росави"); 6) *коломийки* (у проєкті "Руслани" та однойменній пісні "Дикі танці"); 7) *узагальнені календарно-обрядові пісні та віншування* (у творі "Пісня-Душа" з репертуару Ніни Матвієнко). До сказаного необхідно додати, що в альтернативній поп-музиці *виконавська манера вокалістів* цілком відійшла від стереотипів як радянської ресторанно-опереткової академічності, так і від наслідування американських зразків блюзово-соульної школи на користь *автентичного співу*, притаманного лише українській фольклорній традиції.

Заслуговує окремого вивчення неоднорідний досвід гуртів "Дай Боже", "Божичі", "Гуртоправці", "Дримба да Дзига", "Бурдон", "Очеретяний Кіт", "Воанергес", "Атмасфера", "Крапка" та деяких інших формацій які спираючись на українську музичну традицію використовують різні стилістичні контексти і методи її представлення – від *концептуального фольклоризму* до уявної реконструкції образної системи *індоарійської спільноти* та вільного дрейфу у стильовому просторі *ворлд мюзик* (World Music).

**Рок-музика.** Українська рок-музика у своєму першому поколінні (в середині 1960 рр.) прагнула засвоїти насамперед американський рок-н-рол (гурти "Once", "The Second Breath", "Червоні дияволята"). Друга хвиля українських рок-гуртів ("Дзвони", "Еней", "Кобза") почала вже з кінця 60-х років ХХ ст. використовувати *українські жартівливі й танцювальні пісні* ("За нашою стодолю", "Та орав мужик край дороги", "Била мене мати"). Згодом, у 70-х роках *фольк-арт-рок* став провідним стилем для тогочасної альтернативної молодіжної музики, яку романтичними обробками *народних балад*, *біг-бітовим аранжуванням побутово-ліричного фольклору* та застосуванням досвіду *академічної, джазової, бардівської або народної музики* представляли гурти "Березень", "Явір", "Опришки", "Акварелі" та багато інших. Прикладом використання таких технологій стало поєднання *варіаційної форми з імітаційною поліфонією* в обробці народної пісні "Хвалилася береза" гурту "Еней". Ним же була продемонстрована *рок-баладна версія закарпатської коляди* "Марійка була", до середини якої включався великий блок *інструментальних коломийок*. Приблизно з 1977 року українська альтернативна рок-музика була надійно загнана у підпілля або витіснена за межі України (в Росію, США, Канаду, Польщу, Ізраїль). Така вимушена творча пауза в українській рок-музиці була спричинена посиленням боротьби з "українським буржуазним націоналізмом". Тому українські рок-музиканти терміново пе-

реходили в поп-музику або заповнювали концертний вакуум студіюванням "закордонної буржуазної класики" у стилях хард-рок, фанк, соул, реггі, гіп-гоп (Нір-Нор), джаз-рок та ф'южн.

Наступною ж хвилиною української рок-музики, яка завжди була альтернативою до офіційної радянської естради, виявилась вже цілком альтернативна й несумісна з життям "ортодоксальної комуністичної імперії" поява українських "панків" та "металістів". Це сталося 1985 року, якраз у той час, коли ортодоксальність комуністичної ідеології була замінена гаслами демократії, плюралізму та "перестройки". Немало енергії для легітимації таких змін приклали на вербальному рівні російські "рокобарди": "Машина времени", "ДДТ", Борис Гребенщиков та Віктор Цой. Українські ж панки "В.В.", "Цвіркунове число", "Квартира 50", "Колезький асесор", "Іванов-Даун" та "Раббота Хо", а також металісти піл проводом гурту "Едем" діяли здебільшого на рівні "масового підсвідомого", застосовуючи невербальні форми кодування та комунікації – музика, інтонації, вимова, вигуки, жести, пантоміма, одяг, хореографія, режисура, світло тощо. Особливо відзначалися мистецтвом використання наведеного виражального набору "В.В.", які діяли на сцені цілком інтуїтивно, спонтанно та незбагнено переконливо. Уламки *фольклорних асоціацій* (український селянсько-пролетарський архетип епохи раннього декадансу та пізньої колективізації) виразно відчувалися у незабутній пісні "Танці" щойно згаданих "В.В.". Виразником *української епічної традиції* – *билин, дум та історичних пісень* – став гурт "Кому Вниз", який, можливо, назавжди уславиться створенням і виконанням музичної версії шевченкового вірша "Стоїть в селі Суботові".

Період з 1989 по 2011 рік пов'язаний з реалізацією продюсерської місії Фестивалю "Червона рута", яка заохочувала спрямованість і селекцію таких творчих пошуків у рок-музиці, що спираються саме на українські фольклорні джерела і традиції. Вражаючий ефект справила на масового глядача презентація на Першій "Червоній руті" вже згадуваної пісні "Стоїть в селі Суботові". Завдяки зверненню гурту "Кому Вниз" до *традиції героїчного епосу* ця пісня запалила у душах сучасних українців прадавні національні архетипи святості, правди та моральної сили добра. У подальшому музична творчість цього гурту успішно поєднує велич українського епічного духу з потужним естетико-світоглядним рухом та світовою молодіжною субкультурою "готів". Наслідками першого та наступних фестивалів "Червона рута" стали численні творчі відкриття українських артистів на теренах син-

тезу національної жанрової стихії з новітніми стилістичними трендами рок-музики. Ось лише деякі з найцікавіших прикладів подібного поєднання: 1) "Сестричка Віка" ("Віка") у композиції "Сороміцькі коломийки" сполучає чотири різнорідні компоненти: автентичні гуцульські *коломийки*, *рок-металічні* гітарні соло, *пост-панківську* вокальну манеру "à la Nina Hagen" та *постмодерністську політекстуальність* у чергуванні образних контекстів української та німецької мови; 2) "Брати Гадюкіни", незважаючи на повну вербально-образну зануреність у народну автентику галицького міста, лише в окремих творах використовують український музичний фольклор, як, наприклад, у пісні "Дупа жалізовая", де химерно поєднується ресторанна версія *коломийки* з іспанськими мотивами "Першої фортепіанної прелюдії" Сергія Рахманінова; 3) "Зимовий сад" Олександра Тищенка у пісні "Бандуристе, орле сизий" на вірші Тараса Шевченка розвиває на основі *арт-рокової* стилістики образність та музичну мову жанрів *історичної пісні*, *ліро-епічної балади*, *козацьких*, *чумацьких та рекрутських пісень*; 4) "Фактично самі" (перейменовані у проект "Quagra") крізь призму різних стилів *альтернативної рок-музики* цікаво і плідно експериментують з *коломийками* (у пісні "Жінка-сокира рубає" поєднується *автентичний гуцульський спів* з *ритм-енд-блюзовою* ритмікою, *сонористичною жорсткістю* стилю "*індастріал*" (Industrial) та естетикою психоделічного *електро-панку*), працюють з *русальними піснями* (наприклад, пісня "Русальчина" відзначається суміщенням потужного жіночого вокалу у стилі *поліської автентики* з жорстким синтезаторним basso-continuo та *чоловічим репом*) і навіть використовують жанр *козацької лірики* (для пісні "Діброва" застосовується *кolorистичне синтезаторне тло* з подальшим електронним спотворенням автентичного вокалу в напрямі образу космічної самотності); 5) гурт "Брати Блюзу" у композиції "Автентичне життя" сполучили *скрипкові коломийки* та *чоловічу коломийкову декламацію* "до танцю" ("реп-коломийка") з ритмо-гармонійною стилістикою *ф'южн* (fusion) та *джаз-роковим інструментальним складом* у форматі *комбо* (combo); 6) гурт "Нація", який позиціювався як представник стилю *метал-рок*, зумів органічно переплавити у "благородний метал" ритмо-інтонації, вокальну агогіку та мужній тембр *козацько-стрілецьких бойових маршів* для своєї композиції "Київ"; 7) творчість рок-гурту "Гайдамаки" відзначається цілеспрямованим впровадженням українських *традиційних танцювальних жанрів* у сучасний контекст естетико-стилістичного напрямку *World Music*, наприклад, пісня "Жнива"

сполучає традиційний жанр *гопака* з ямайськими ритмами у стилі *реггі* (Reggae); 8) альтернативно-роковий гурт "ДАТ" уміло вплітає до різностильових тканин власних творів "Косиця квітне", "Душа" та "Небо" виразні жанрові ознаки *магічних заклинань* і *замовлянь*, *дитячих закличок* та *примовок* [9, 299-304]. Повністю українському фольклору присвячена творчість відносно молодих рок-гуртів "ТаРУТА" і "PoliКарп" [4, 65-77].

**Електро-денс.** В Україні цей напрям або вид музики можна розділити на три головних потоки: 1) електронна танцювальна музика, яку мікшують Ді-Джеї (DJ's) під час диско-вечірок; 2) електронна музика для слухання, яка використовується для відпочинку від танців або як фонова; 3) електронна танцювальна музика, яка мікшується для сценічних виступів або альбомів виконавців відповідних перехідних стилів альтернативної поп-музики або альтернативної рок-музики. Щодо наявності фольклорного сліду у першому потоці, нам відомо лише про успішну ді-джейську діяльність Олега Скрипки, який організував та провів кілька серій українських "Етно-дискотек" в Україні та закордоном. Інший приклад використання фольклору стосується відомого київського ді-джея Sergio Mega (Сергій Лазарєв), який засемплював і зміксував фрагменти сопілкових награвань Леопольда Ященка та вокальну фразу дівочої групи українського народного хору для створення танцювального треку та відповідного відеокліпу під назвою "Stereoland". Другий напрям є менш відомим, оскільки через свої фонові або службові функції менше помічається й афішується. Серед яскравих прикладів фольклоризації цього напрямку слід назвати *електронну експериментальну музику* Алли Загайкевич до кінофільму "Мамай". Найбільшою мірою український етнічний компонент проявився у третьому потоці електро-денсу, в руслі якого плідно творять Василь Ткач, Сергій Сметанін, Олег Артим, Ігор Стецюк та багато інших авторів молодшого покоління. Окремим прикладом сміливого та водночас дуже перспективного підходу до репрезентації українського фольклору у стилістичній стихії сучасної *електронної танцювальної музики* є творчість гурту "Карпатіяна" під проводом українця з Англії Юрія Балюка.

З 2010 року в Україні проводиться щорічний конкурс серед авторів треків сучасної електронної музики "The Best Track In Ukraine". Жанрово-стилістична структура конкурсу передбачає змагання у дев'яти основних категоріях, кожна з яких поділяється на три-п'ять підкатегорій. Оскільки ця структура узгоджена із сучасними міжна-

родними стандартами професійного ді-джеїнгу, ми наводимо її повністю, але без коментарів [11]:

- **Techno:** Minimal – Deep-Techno – Ambient-Techno – Detroit
- **House:** Garage – Deep-House – Soulful House – Vocal House - UK House
- **Tech-House:** Minimal-House– Acid-House
- **Progressive:** Progressive House - Melodic-Progressive - Vocal-Progressive
- **Electro:** Electro-House – Synth Pop – Nu Disco
- **Breaks:** Drum’N’Bass – Trip-Hop – Big Beat – Downtempo
- **Chill-Out:** Lounge – Ambient – Easy Listening
- **Electronica:** IDM – DubStep – Experimental
- **Trance:** Progressive Trance – Techno – Trance

**Джаз.** Українські фольклорні мотиви були притаманні вітчизняному джазу і в часи його радянської юності, оскільки численні солісти, ансамблі та оркестри використовували українські народні мелодії (наприклад, "Їхав козак за Дунай", "Щедрик", "Подольночка" або "Гречаники") як теми або стандарти для своїх імпровізацій. Цікаво пригадати, що свого часу видатний американський композитор Джордж Гершвін використав для своєї джазової опери "Поргі і Бесс" мелодію української колискової "Ой, ходить сон коло вікон", яка перетворилася на всесвітній гіт (Hit) "Summer Time". Цікавим прикладом джазових розробок українського *календарно-обрядового фольклору зимового циклу* став музичний альбом московського піаніста і композитора Ігоря Назарука, який 1983 року записав з інструментальним ансамблем і випустив на фірмі "Мелодія" платівку з тричастинною сюїтою "Коляда". Не менш вражаючою є й джазова творчість канадійського піаніста і композитора Джона Стеча (John Stetch), який у вересні 2002 року на основі різножанрового українського музичного фольклору випустив сольний альбом "John Stetch Ukrainism". Українські джазові піаністи В'ячеслав Полянський, Петро Пашков, Сергій Соляник, Юрій Сасенко, Мирослав Левицький та Дмитро Найдич, який тепер мешкає у Франції, постійно збагачують свою джазову палітру та вітчизняну музику українськими народними темами, мотивами, образами й традиційними жанрами. Продуктивними для взаємодії джазової та фольклорної стихії у музичному житті в Україні стали унікальні твори, музичні альбоми та фестивалі "Jazz-Коло", створені київським бас-гітаристом і композитором Ігорем Закусом. Знаковим проектом можна вважати його альбом "Коломийки", де

традиційний жанр *коломийки* інтерпретується у ритмо-гармоніях джазового стилю *фанк* (Funk). Іншим важливим прикладом взаємопроникнення джазових і фольклористичних тенденцій є творчість вокальної формації "Пікардійська терція", яка у своїх альбомах і концертних програмах постійно вдосконалює академічно-поп-джазовий метод інтерпретації найпопулярніших українських *колядок* і *щедрівок*. Блискучим зразком віртуозного акапельного аранжування і виконання українських *коляд* у стилі *фанк-соул-джаз* (Funk-Soul Jazz) є творчість секстету "Man Sound". Важливим і вартим наслідування видається нам джазовий альбом "Ой, Весно, Весно", записаний київською співачкою Младою (Марія Юрасова) у співпраці з ансамблем піаніста і композитора Юрія Шепети. Позитивною рисою цього проекту є якість концептуальної роботи з українськими *веснянками* та *гаївками*, де *автентична вокальна манера* органічно поєднується з імпровізаційністю джазового мислення, вільного від "обов'язковості" афроамериканської *блюзової стилістики* та відкритістю до образно-стилістичної системи бразильської *босанови* (Bossa Nova). Такий емансипований підхід до вибору імпровізаційної стилістики дозволяє перейти до вироблення однієї або кількох національних систем імпровізації, базованих на традиціях українського ритмо-інтонаційного, ладового та формально-структурного мислення.

**Бардівська музика.** Попри давність української авторської пісенної традиції, яка історично об'єднує *боянів, скоморохів, кобзарів, лірників, мандрівних дяків, учнів і спудеїв братських шкіл та академій*, а також включає *освічених аматорів музикування*, таких як М. Чурай, Г. Сковорода, І. Мазепа, Є. Гребінка, Л. Олександрова, Ф. Герман та Л. Лепкий, сучасні українські барди лише після 1985 року усвідомили свою *етнокультурну ідентичність* та належність до *українського культурного процесу*. Наприклад, відомі нині барди Едуард Драч та Олександр Смик ще на початку 1980-х років творили в організаційних і творчих контекстах російської авторської пісні або КСП (клуб самодеятельной песни), класиками яких було вже тоді визнано Булата Окуджаву, Юрія Візбора, Олександра Галича, Сергія Нікітіна та Володимира Висоцького. Цікаво, що на відміну від глибини та розмаїття українських бардівських традицій, російська авторська пісня базувалася на власних витоках: 1) російсько-циганський "жестокий романс"; 2) "частушка"; 3) "песни нищих и попрошайек"; 4) "блатная песня"; 5) "туристическая песня"; 5) "песня студенческих строительных отрядов". Як ми зазначали, джерелами української *авторської пісні та спі-*

ваної поезії можна вважати такі: 1) *билинний епос* від боянів княжої епохи; 2) *пісні скоморохів* (не збережено) 3) *козацький епос* від кобзарів та старців – творців *дум, історичних пісень, балад*; 4) *псалми* – *пісні духовно-морального змісту* від старців, лірників, мандрівних дяків; 5) *сатиричні та гумористичні канти і пісні лірників, мандрівних дяків, спудеїв духовних академій, учнів братських шкіл*; 6) *пісні до шкільних та вертепних драм*; 7) *співанки-хроніки*; 8) *батярські пісні*; 9) *авторські лірично-побутові пісні*; 10) *пісні-романси*; 11) *співана поезія*.

1989 року в Луцьку було проведено Перший всеукраїнський фестиваль авторської пісні та співаної поезії "Оберіг", а у Чернівцях відбувся вже згадуваний Перший фестиваль "Червона рута". Саме ці дві події маніфестували народження нової української бардівської пісні. Протягом лише кількох років у цьому виді музики сформувалася викінчена жанрова система та "зірковий олімп" найкращих авторів-виконавців.

*Епічний жанр* (рід) відродили *барди-кобзарі* Василь Жданкін та Едуард Драч, які багато зробили для реконструкції *козацької* ("Із полону", "Грай кобзарю", "Ой, Богдане", "Чортомлик", "Спить козак в далекій стороні" Е. Драча та "Чорна рілля ізорана", "Гей, літа орел" у виконанні В. Жданкіна) і, навіть, *билинної героїки* ("Билина про Кременець" В. Жданкіна і "Величальна ясному королю та князю Данилу Галицькому", "Зірка Мономаха", "Київська Русь" Е. Драча), а також відповідних до цих жанрів музичних стилістик і засобів музичної виразності. Ці ж барди повернули у побут жанр *пісень духовно-моральної проблематики* ("Господи помилуй", "Одкровення", "Коляда", "Послання Божої Матері", "Кондак ікони Почаївської Божої Матері" у виконанні В. Жданкіна та "Блажен той муж", "Сковородинська" Е. Драча), які раніше виконувалися *лірниками і старцями-кобзарями*.

*Сатиричні та гумористичні пісні* у традиціях *лірників, мандрівних дяків, спудеїв духовних академій, учнів братських шкіл*, а також *пісні до шкільних та вертепних драм, співанки-хроніки, батярські пісні та авторську побутову лірику* повертали до життя, але вже на новий лад, галичани Андрій Панчишин, Тризубий Стас (Станіслав Щербатих), Володимир Давидов зі Світловодська та вже названий тут Едуард Драч.

*Пісню-романс та співану поезію* відроджували на українській сцені Марія Бурмака, Ольга Богомолець, Віктор Морозов, Володимир Смотритель, Сергій Мороз і Тарас Чубай. Особливе місце у *бардівській музиці* посідають автори-виконавці, які суміщають *оригінальну композиторську творчість у різних стилях, притаманних сучасній поп-музиці, рок-музиці або джазу*, з творенням особистих поетичних

послань до сучасників. До цієї когорти ми зараховуємо волинянина Сергія Шишкіна, чернігівця Костя Москальця, киян Костя Єрофєєва та Анатолія Матвійчука. Концентрацією на актуальних моральних і філософських проблемах сучасності без фіксації стильових рис музичної ідентичності привабили шанувальників поезії та авторського виконання бардів Ігоря Жука й Олександра Смика.

Підсумовуючи тенденції щодо трансформації жанрів українського фольклору у певних стильових напрямках шоу-бізнесу ми спробуємо показати ті групи народних пісень і танців, які отримали найбільшу кількість використань і варіантів перетворень у різноманітних музичних стилях основних видів сучасної популярної музики, а також виявити закономірності і пояснити причини таких використань та перетворень. Цю роботу ми плануємо зробити у продовженні цього дослідження, у його другій частині.

### ***Використані джерела:***

1. *Борисенко В.* Свята та обряди народного календаря. Народна музика та танці // Українська етнологія: навчальний посібник. – К.: Либідь, 2007. – 400 с.
2. Витяг з "Положення про XII Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні та популярної музики "Червона рута" [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.chervonaruta.info/info.php?category=195>
3. *Головинский Г.* Композитор и фольклор: Из опыта мастеров XIX веков. Очерки. – М. Музыка, 1981. – 279 с., нот.
4. *Євтушенко О.* Україна IN ROCK. – К.: Грані-Т, 2011. – 240 с. іл. (Серія "De profundis").
5. *Іваницький А. І.* Український музичний фольклор. Підручник для вищих навчальних закладів. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. 320 с.
6. *Каган М. С.* Морфология искусства. – Ленинград: Изд. "Искусство", 1972. – 440 с.
7. *Корній Л.* Історія української музики. Частина перша. – Київ – Харків – Нью-Йорк: Видавництво М. П. Коць, 1996. – 186 с.
8. *Кушпет В.* Старцівство: мандрівні старці-музиканти в Україні (XIX – поч. XX ст.): Наукове видання. – К.: Темпора, 2007. – 592 с.: іл.
9. *Садovenko С. М., Босик З. О.* Порадник для збирачів фольклору: на допомогу працівникам культури: Науково-методичний посібник. – К.: ТОВ "Сталь", 2011. – 500 с.
10. *Стеценко К. В.* Стилiстика сучасної популярної музики: Навч. роб. програма: Препр. / КНУКiМ – К.: 2011. – 111 с.
11. Офіційні правила Щорічного всеукраїнського конкурсу "The Best Track In Ukraine" [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://nightlife.tochka.net/besttrack/rules/>

## **ФЕСТИВАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ У РОБОТІ ПРОДЮСЕРА**

Фестивальний рух є показником і своєрідним каталізатором інтенсивності та якості мистецького життя будь-якої країни. Фестивалі, як переконує світовий та український досвід, є своєрідними осередками, що визначають напрямки розвитку мистецтва, продукують нові ідеї, відкривають нові безмежні обрії творчої діяльності. Фестиваль – це не тільки свято та насолода (франц. festival – свято, від лат. festivus – веселий, святковий), а й своєрідний механізм регулювання та корекції естетичних смаків, поглядів, уставлення певних ідеалів. А також це і перевірка практикою новацій, і визначення пріоритетів, і пошук неторованих шляхів розвитку мистецтва та культури. Справжній фестиваль існує насамперед заради відчуття свята, яке він дарує, демонструючи при цьому інновації форм, змісту та виконавства.

Будь-який фестиваль має ще й функцію виховання естетичних смаків публіки та митців, пошуку нових форм самого існування сучасного мистецтва, неординарних постановчих та дизайнерських рішень, пропаганди таких нових синтетичних видів як перформанс (поєднання музичної ідеї з символічно закодованою пластикою акторського руху), інсталяція (сполучення візуальних та акустичних ідей з життєвою та соціальною дією), відео-інсталяція (зіткнення різноманітних форм відеоряду з музикою) тощо.

Фестивальний рух репрезентує нові напрямки та форми музичного, виконавського, візуального, мультимедійного мистецтва.

Це також велика школа майстерності, де є навчальний ефект фестивалю. Фестиваль як мистецький форум постає справжньою майстернею для музикантів, співаків, композиторів, режисерів, перформерів чи художників, які можуть поспілкуватися між собою, порадитися щодо розв'язання тих чи інших проблем.

Фестивалі як мистецьке явище зазвичай представляють пріоритетні напрямки сучасного мистецтва, і незалежно від кваліфікації кожен може дізнатися багато нового для себе, розширити свій художній та професійний діапазон.

Фестиваль як соціально-культурно явище істотно впливає на розвиток туристичного бізнесу (внутрішнього і зовнішнього), що суттє-

во відображається на економіці та розвитку інфраструктури міста, регіону та країни в цілому.

Для будь-якого фестивалю є спільною неповторна атмосфера свята та духу свободи, атмосфера, яку створюють організатори, учасники та глядачі, атмосфера, яка робить фестиваль незабутнім видовищем.

Початок відліку національного молодіжного фестивального руху поклав фестиваль "Червона Рута-89", який неофіційно поділив вітчизняну музику на радянську і нову українську. Це був початок нової української культури.

Сучасний вітчизняний фестивальний простір ставить перед собою багато цілей та завдань, серед яких можна виділити пропаганду здорового способу життя, допомогу обдарованій молоді, збереження навколишнього середовища, сприяння розвитку української музики, інтеграцію у єдиний світовий культурний простір, піднесення національної ідеї серед молоді. Слід зазначити, що українську ідею набагато легше передати мовою культури ніж мовою політики. Тому за допомогою української музики, літератури, народних ремесел легко себе ідентифікувати і відчувати себе українцем.

Але, разом з тим, існують багато проблем і в першу чергу – це брак якісного менеджменту.

За 2010–2011 рр. через невміння чітко спроектувати та прорахувати ті або інші ризики зірвалися або відмінилося більше 10 музичних молодіжних фестивалів. Це суттєво вдарило по туристичному бізнесу, по довірі до організаторів інших фестивалів, а також зневірі у потенційних споживачів (людей, які приїждять на фестивалі) щодо можливості якісного проведення фестивалів в нашій країні.

Для прикладу, всім відомий угорський фестиваль "Сігет" на початковому етапі планувався як студентський фестиваль місцевого значення. Зараз це велике фестивальне підприємство з мільйонним бюджетом, сотнями тисяч глядачів, наданням нових робочих місць, великими відрахуваннями в місцевий і державний бюджет.

Як зазначає президент "Таврійських ігор" Микола Баграєв, в період проведення фестивалю інфраструктура (приватний сектор, торгівля тощо) міста отримує великий прибуток, приблизно за чотири дні – річну виручку.

Після другого фестивалю "Шешори" обласною радою з метою поліпшення фестивального руху, було піднято питання про реконст-

рукцію шляхів, проведення нових ліній електропередач, створення нового готелю тощо.

Із основних проблем, від яких страждають вітчизняні молодіжні музичні фестивалі і яким не приділяють увагу вітчизняні продюсери можна виділити:

- відсутність чіткої концепції, яка в першу чергу визначається оригінальністю заходу і його автентичністю. Більшість фестивалів мають однакове обличчя, майже однакових виконавців і відрізняються назвами та місцем розташування;

- недолуга інфраструктура. Людина не може повною мірою насолоджуватися розвагами та музикою, коли їй фізично некомфортно (відсутня питна вода, душі, біотуалети, затінок тощо). Іноземні глядачі в першу чергу дивляться саме на рівень комфортності і платять за це валютою. Знаменитий британський фестиваль "Гластонбері" ("Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts") не відбудеться у 2012 р. через проведення Олімпійських ігор у Лондоні, для організації яких знадобиться така кількість туалетних кабінок, що на любителів музики може і не вистачити. Минулого року для відвідувачів фестивалю – а їх було близько 190 тисяч осіб – працювало 3.225 туалетів. На будь-якому вітчизняному фестивалі кількість туалетних кабінок в кращому випадку не перевищує 5 десятків;

- слабка уява при підготовці до фестивалю про цільову групу потенційних відвідувачів. В першу чергу мова йде маленьких дітей, для яких не створюються жодних умов для повноцінного відпочинку. Крім того, організатори не прораховують можливість розміщення очікуваної кількості глядачів. У 2010 р. на фестивалі "Свірж" очікувалося близько 50.000 глядачів. Реально було близько 10.000, а місць для наметів вже не було;

- транспортування до місця події відвідувачів. На деякі вітчизняні фестивалі добирання до місця події нагадує екстремальні види спорту. Хоча на європейських фестивалях організатори зацікавлені, щоб прибуло якомога більше глядачів і тому надаються безкоштовні автобуси, які їх привозять з вокзалу до фестивального місця ("Хайнекен опен ер", "Сігет" тощо);

- забезпечення умов для прийому VIP-гостей та гостей із-за кордону (стоянки для авто, харчування, душові кабінки тощо);

- одна з найбільших проблем – це налагодження внутрішніх і зовнішніх комунікацій. Не лише глядачі, а й учасники не знають, хто

виступає, коли. Також не знають, до кого з організаторів можна звертатися по тих або інших питаннях;

- більшість організаторів створюючи фестиваль виходять з принципу: за менші гроші – побільше виконавців. І від цього потерпає якість фестивалю;

- і головна проблема – небажання мас-медіа співпрацювати з організаторами фестивалів. Як правило, виконавців, яких видно по ТВ та чути по радіо, суттєво відрізняються від тих, хто постійно виступає на фестивальних майданчиках.

Підсумовуючи сказане, зазначимо: серйозний фестиваль привертає кошти, людей, туристів, розвиває інфраструктуру та відкриває нові таланти. На відміну від Євро-2012, в яке зараз вкладаються великі кошти та прикута увага ЗМІ, фестиваль не є одноразовою акцією, а щорічною подією в житті країни, регіону, міста.

*Солодовник Валентин Володимирович*  
*Україна, м. Київ*

## **НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ**

Універсальне визначення дефініції "продюсер" в українському законодавстві відсутнє. Натомість дається визначення термінів "продюсер фільму", "продюсер аудіовізуального твору", "театральний продюсер".

Визначення терміну "продюсер фільму" дається в Законі України "Про кінематографію", а "продюсер аудіовізуального твору" – в Законі "Про авторське право і суміжні права". Крім того, в законі "Про кінематографію" дається визначення "продюсерської системи". Отже, "продюсер фільму – фізична або юридична особа, яка організовує, або організовує і фінансує *виробництво та розповсюдження* фільму", а "продюсер аудіовізуального твору – особа, що організує або організує та фінансує *створення* аудіовізуального твору". Слід зауважити, що до внесення змін до Закону "Про кінематографію" (15.05.2003) визначення продюсера фільму було іншим: "продюсер фільму – фізична або юридична особа, яка бере на себе *ініціативу й відповідальність* за фінансування, виробництво і розповсюдження

фільму". Напевно термін "фінансування" означає вкладання власних коштів чи, можливо, кредитів, взятих на власну відповідальність і ризик, а "ініціатива і відповідальність за фінансування" може полягати в пошуку інвесторів чи спонсорів.

Отже, два закони по-різному визначають сферу діяльності продюсера. Якщо згідно з законом "Про кінематографію" продюсером фільму є "фізична або юридична особа", яка займається і виробництвом і розповсюдженням фільму (а фільм, за визначенням є аудіовізуальним твором), то згідно з законом "Про авторське право і суміжні права", продюсером аудіовізуального твору є – "особа" яка займається лише "створенням" аудіовізуального створу. При цьому не зрозуміло чи терміни "виробництво" і "створення" є тотожними чи "особа" може бути тільки фізичною чи також юридичною.

Згідно з законом "Про кінематографію" виробник фільму не може вважатись продюсером, якщо він сам не займається також розповсюдженням створеного фільму, а значить він не матиме права і на державну підтримку в "продюсерській системі" про яку йтиметься нижче.

Згідно з обома визначеннями достатньою умовою для визнання особи продюсером є її *організаторська* роль. Визначення, в якому наголошувалось на "ініціативі й відповідальності" втратило чинність. В такому разі не зрозуміло чим продюсер (якщо він тільки організує, а не фінансує) відрізняється від "звичайного" менеджера, який теж займається організаційною діяльністю. Напевно продюсер, хоча він і виконує менеджерські (організаторські) функції, від "звичайного" менеджера-управлінця (найманого працівника) відрізняється тим що він є підприємцем або, принаймні, якщо він працює на "фірму" – бере на себе комерційні (фінансові) ризики, несе фінансову відповідальність за результати реалізації проекту, бере участь в розподілі прибутку (чи покритті збитків). І саме ця особливість продюсера практично не відображена в обох згаданих визначеннях цього терміну.

Згідно з Законом України "Про театри і театральну справу" "театральний продюсер – юридична або фізична особа, яка забезпечує фінансування, організацію створення, публічного виконання і (або) публічного показу театральної постановки, гастрольних заходів". Отже, для визнання особи театральним продюсером її організаторська роль не є достатньою. Обов'язковою умовою є ще й забезпечення фінансування театального проекту. Хоча, знову таки, не зрозуміло чи бере

на себе театральний продюсер комерційні ризики театральних постановок та гастрольних заходів.

Крім того, згідно з українським законодавством, продюсери мають діяти лише в аудіовізуальній (кінематографічній) та театральній сферах. Згідно ж зі світовою практикою сфера їх діяльності значно ширша.

Зокрема, важливою сферою діяльності продюсерів є музичний шоу-бізнес. Згідно з визначенням у "Вікіпедії" [3]:

"Музичний продюсер (англ. *music* та *record producer*) – особа, яка відповідає за імідж, музичний стиль виконавців та процес звукозапису...".

Звернімось до закордонної практики вживання терміну "продюсер" у зв'язку з функціями, які він виконує. Згідно з твердженням Стівена Ленглі: "Досвід продюсерів у комерційному театрі полягає, в основному, в їх спроможності спрогнозувати попит глядача на певну видовищну продукцію, а потім реалізувати її на ринку з найбільшим прибутком. Вони діють як і всі інші підприємці. Звичайно до обов'язків комерційних продюсерів не входить піклування про зріст та розвиток талантів, інтелектуальні та духовні потреби артиста, принаймні до тих пір, доки вкладені ним ресурси обернуться на прибуток. Індустрія комерційного театру витрачає мало грошей та часу на те, що називається "розвиток виробництва". Рідко зустрічається комерційний продюсер, який підтримує сценариста-початківця стипендією, або засновує молодіжну студію в театрі. Замість цього цей продюсер чекає, доки якийсь неприбутковий театр набуде творчої та фінансової ваги, а потім спробує придбати його, поставити на комерційну основу і отримати прибуток" [1, 21]. Отже, продюсер комерційного театру в США ("комерційний продюсер") є підприємцем і, відповідно, він орієнтується на глядацький платоспроможний попит на видовищну продукцію, його діяльність спрямована на отримання прибутку.

"Продюсер у комерційному театрі та рада піклувальників у неприбуткових виконавських компаніях мають спільні риси. Вони є ініціаторами театального процесу, а також несуть відповідальність за діяльність підприємства, компанії. Ті, хто їм підпорядкований, – чи то одна людина, чи тисяча – виконують допоміжну роль. Продюсери та піклувальники, звичайно є менеджерами (того чи іншого рівня) і виконують такі менеджерські функції як планування, організація, комплектація штату, нагляд і контроль [1, 45].

Продюсер повинний понад усе побільше заробляти і поменше витратити грошей компанії. Більшість грошей, щоправда надходять від інвесторів, яким, як правило, забороняється бути менеджерами в підприємствах з обмеженою відповідальністю, а більшість комерційних організацій такими і є. Однак, якщо прибутку немає, а після витрати всього капіталу ще й лишилися борги, продюсер несе за це персональну відповідальність. Жодний з менеджерів або інших працівників такої відповідальності не несе, якщо вони звичайно не припустилися кримінального порушення" [1, 46].

...Імпресаріо – цей застарілий термін означає продюсера, який рідко володіє своїм власним театром, спеціалізується на серйозній опері, танцях та музиці, організовує та відправляє акторів і ансамблі світового рівня на гастролі [1, 56-57].

Отже, попри особливості вживання терміну "продюсер" в театральній практиці країн Заходу, театральним продюсером в цих країнах є фізична або юридична особа, яка є ініціатором театального процесу і бере на себе відповідальність за кінцевий результат. Для продюсера комерційного театру кінцевий результат має, насамперед, комерційний вимір. Якщо ж театральний проект реалізується на неприбуткових засадах (в неприбутковій установі), то критерії досягнення результату можуть бути іншими (мистецькими, соціально-культурними). Але в кожному разі йдеться про раціональне використання залучених з різних джерел коштів (інвестицій, благодійних пожертв тощо).

"Більшість п'єс сучасних американських драматургів, поставлених на Нью-Йоркській сцені (окрім тих, що є національним надбанням), ставляться за Затвердженням Постановочним Контрактом (ЗПК) Гільдії Драматургів в результаті переговорів між продюсером та автором з дозволу Гільдії" [1, 201].

Отже, важливою функцією продюсера є вирішення питань інтелектуальної власності (авторського права та суміжних прав).

Певні особливості має діяльність продюсера в гастрольній сфері.

"Після отримання гастрольних прав замовницька агенція повинна знайти продюсера для постановки і керівництва гастрольями. Продюсер також може зробити *гастрольну версію вистави*. Коли різні організації беруть участь у цьому процесі, між ними укладається менеджерська угода. Вона закріплює права продюсера на постановку і надає йому виключне право на продаж вистави місцевим прокатникам і театральним менеджерам. Угода включає такі пункти:

1. Фінансові обов'язки сторін щодо витрат на переїзд, виготовлення декорацій, наймання житла і харчування для членів трупи, реклами;

2. Розмір фінансової компенсації витрат для обох сторін і способ їх підрахунку (тобто ставка оплати або процент від загального касового збору);

3. Збирання і розподіл коштів;

4. Художні права, які надаватимуться кожній з сторін (наприклад, вибір провідного актора або режисера);

5. Спосіб покриття штрафних санкцій або збитків" [1, 355-356].

Щоб продюсерська діяльність мала сприятливу правову базу в Україні, її особливості повинні бути адекватно відображені у вітчизняному законодавстві, з врахуванням світового досвіду.

У визначеннях термінів "продюсер фільму" і "продюсер аудіовізуального твору" в українському законодавстві нічого не сказано про права продюсера. Про них можна судити лише зі змісту кількох інших статей зазначених законів. В другій частині статті 17 Закону "Про авторське право і суміжні права" вказано: "Якщо інше не передбачено у договорі про створення аудіовізуального твору, автори, які зробили внесок, або зобов'язались зробити внесок у створення аудіовізуального твору і передали права організації, що здійснює виробництво аудіовізуального твору, чи продюсеру аудіовізуального твору, не мають права заперечувати проти виконання цього твору, його відтворення, розповсюдження, публічного показу, публічної демонстрації, публічного сповіщення, а також субтитрування і дублювання його тексту, крім права на окреме публічне виконання музичних творів, включених до аудіовізуального твору. За оприлюднення і кожне публічне виконання, показ, демонстрацію чи сповіщення аудіовізуального твору, його здавання в майновий найм і (або) комерційний прокат його примірників за всіма авторами аудіовізуального твору зберігається право на справедливую винагороду, що розподіляється і виплачується організаціями колективного управління або іншим способом".

Отже, згідно зі статтею 17, існує практика передачі режисеру авторських прав авторами аудіовізуального твору (до яких, згідно з частиною 1 зазначеної статті, належать режисер-постановник; автор сценарію і (або) текстів діалогів; автор спеціально створеного для аудіовізуального твору музичного твору з текстом або без нього; художник-постановник; оператор-постановник). Доки ці права не передані, продюсер не є суб'єктом авторського права і не може розпоряджатись

аудіовізуальним твором. Згідно зі статтею автори аудіовізуального твору не зобов'язані передавати авторські права продюсеру. Оскільки права можуть бути передані або продюсеру або організації то, очевидно організація (юридична особа) не вважається продюсером і, отже, термін "особа" у визначенні "продюсера аудіовізуального твору" очевидно означає лише фізичну особу (на відміну від "продюсера фільму", який, згідно з Законом "Про кінематографію", може бути і юридичною особою).

Схожим є формулювання щодо передачі продюсеру суміжних прав виконавцями (пункт 3 статті 39 Закону України "Про авторське право і суміжні права): "У разі, коли виконання використовується в аудіовізуальному творі, вважається, що виконавець передає організації, яка здійснює виробництво аудіовізуального твору, або продюсеру аудіовізуального твору всі майнові права на виконання, якщо інше не передбачено договором". Отже, суміжні права, згідно з Законом, як правило передаються продюсеру, хоча допускаються і винятки.

На відміну від Закону "Про авторське право і суміжні права" в Законі "Про кінематографію" про права (зокрема майнові) продюсера не йдеться. Але, оскільки згідно зі статтею 3 Закону "Про кінематографію" "фільм – аудіовізуальний твір кінематографії...", то й положення про "продюсера аудіовізуального твору" мають поширюватись на "продюсера фільму".

Щоправда про майнові права на фільм йдеться в статті 16 Закону "Про кінематографію". Згідно з цією статтею: "Майнові права автора на фільм, права власності на вихідні матеріали фільму та фільмокопії можуть належати державі, юридичним та фізичним особам.

У разі створення фільму, вихідних матеріалів фільму та фільмокопій за рахунок коштів державного бюджету держава виступає суб'єктом майнових прав автора на фільм, права власності на вихідні матеріали фільму та фільмокопії відповідно до умов укладеного з автором фільму договору".

Значним недоліком статті 16 Закону "Про кінематографію" є те, що в ній фактично "змішані" права інтелектуальної власності і власності на матеріальні об'єкти. Для того, щоб стати власником, наприклад, фільмокопії, і користуватись нею в побуті зовсім не потрібне укладання ліцензійних договорів із власниками авторських і суміжних прав. Інша річ, коли йдеться про використання цієї копії для публічного показу (демонстрації, сповіщення).

В статті 16 не наголошено на тому, що ні держава, ні юридичні та фізичні особи-продюсери не є первинними суб'єктами авторського, а також і суміжних прав на фільм, а можуть набувати цих прав лише в результаті укладання договорів про передачу цих прав з авторами фільму (а не автором).

Слід зауважити, що необхідність укладання договору для набуття прав інтелектуальної власності *театральним продюсером* відображена в статті 16 Закону "Про театри і театральну справу":

"Суб'єктами права на театральну постановку для показу безпосередньо (в живому виконанні) є постановник, автор сценарію і (або) текстів, діалогів, автор спеціально створеного для театральної постановки музичного твору з текстом або без нього та, *відповідно до договору, театральний продюсер*".

Статтею 25 Закону України "Про театри і театральну справу" визначені *обов'язки* театального продюсера. Обов'язки продюсера фільму в Законі "Про кінематографію" не визначені.

З врахуванням аналізу визначень продюсера в чинному законодавстві України та практики продюсерства, пропонується таке універсальне визначення терміну "продюсер": **"Продюсер – фізична або юридична особа, яка бере на себе ініціативу і відповідальність за реалізацію, або фінансування та реалізацію аудіовізуального (кінематографічного), театального, музичного, гастрольно-концертного чи іншого культурно-мистецького проекту"**.

Оскільки зазначений проект може бути як комерційним, так і некомерційним, то, відповідно, мета і критерії оцінки діяльності продюсера можуть бути різними. Діяльність продюсера комерційного проекту спрямована, насамперед, на досягнення комерційного ефекту. Він орієнтується на кон'юнктуру ринку (культурно-дозвілєві запити платоспроможних споживачів культурного продукту і послуг), бере на себе комерційні (фінансові) ризики. Художні, творчі задачі для "комерційного продюсера" не є першочерговими. Він може бути інвестором (одним з інвесторів) проекту, або й не вкладати своїх коштів, але бути відповідальним перед інвесторами (кредиторами).

Для продюсера некомерційного проекту (а продюсером може бути, як відомо, і фізична і юридична особа) пріоритетним може бути саме художній, соціально-культурний ефект. В ролі "судді" тут може виступати і орган державної влади, якщо проект здійснюється за кошти держбюджету, і меценат (фізична особа), який пожертвував кошти на реалізацію проекту.

В кожному разі продюсер несе відповідальність за раціональне використання коштів, залучених (виділених) для реалізації проекту, має уладнати питання авторського права і суміжних прав.

*Крім визначення терміну "продюсер" в українському законодавстві подане визначення і "продюсерської системи". Згідно зі статтею 3 Закону "Про кінематографію" "продюсерська система – система в галузі кінематографії, яка в умовах кіноринку забезпечує взаємодію і функціонування всіх суб'єктів кінематографії з метою виробництва, розповсюдження та демонстрування (публічного показу) фільмів".*

Згідно зі статтею 8 Закону "Про кінематографію": "Підприємницька діяльність у галузі кінематографії може здійснюватись через продюсерську систему. В разі участі у продюсерській системі держави її інтереси представляють центральний орган виконавчої влади у галузі кінематографії та місцеві органи управління кінематографією. Положення про продюсерську систему в галузі кінематографії затверджується Кабінетом Міністрів України".

Отже, згідно з визначеннями Закону, **продюсерська система є** універсальною системою "взаємодії і функціонування" всіх без винятку суб'єктів кінематографії. При цьому вона діє "в умовах ринку" і пов'язана з підприємницькою діяльністю. Але ж ринкова підприємницька діяльність передбачає отримання прибутку від цієї діяльності.

В Законі про кінематографію не унормовано ніяких конкретних рис продюсерської системи. Виходить, що ця система – то якийсь спосіб існування кінематографії в умовах ринку. Можна було очікувати розгорнутішої характеристики продюсерської системи в "Положенні про державну підтримку національних фільмів у продюсерській системі", але така характеристика в Положенні відсутня. В ньому лише зазначено (п. 1), що "положення визначає порядок державної підтримки національних фільмів у продюсерській системі".

Згідно з п.2 Положення "до суб'єктів продюсерської системи належать продюсерські і дистриб'юторські фірми, кіновідеостудії, технічні сервісні підприємства, кінотелеканали, кінотеатри, кіно- і відеоустановки, рекламні і фестивальні агентства в галузі кінематографії, кіноринки, інші юридичні чи фізичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю в галузі кінематографії". Отже, згідно з Положенням, неприбуткова сфера перебуває поза продюсерською системою.

А чи багато з перерахованих видів "суб'єктів продюсерської системи" можуть реально працювати на ринкових засадах і займатись підприємницькою діяльністю? Звичайно кіновідеостудії, наприклад, можуть на комерційних засадах надавати послуги західним та російським кінозйомочним групам і мати від цього прибуток. Але яке це має відношення до підтримки національних фільмів? Тим більше, що в Положенні йдеться переважно про повнометражні ігрові фільми, які мають демонструватися в кінотеатрах і які, в умовах України, та й більшості інших країн світу, не можуть бути прибутковими. Інша річ – телепродукт – телесеріали, музичні відеокліпи (за визначенням це – теж фільми) тощо. Але й телевізійний продукт в умовах обмеженості рекламного ринку та відсутності інших значних доходів телеорганізацій далеко не завжди є прибутковим.

Щодо джерел і обсягів фінансування музичного шоу-бізнесу (який як і кінематографія є важливою сферою для продюсерства), то й в цій галузі ситуація в Україні має свою специфіку, яка суттєво впливає на розвиток продюсерської діяльності та її характер. Як зауважує Кирило Стеценко, "в Україні та Росії купівельна спроможність населення досить низька, а отже, основний загаль населення не є надійним джерелом прибутків шоу-бізнесу. В США – ситуація цілком інша, у США ринок для шоу-бізнесу – це увесь світ, у Росії – весь простір колишнього СРСР, а в нас – це лише Україна, та й то не повністю. В Україні домінує не інвестиційна, а спонсорська форма підтримки шоу-бізнесу, натомість у США і Росії – інвестиційна" [2, 141].

Не можна повністю погодитись з тим, що для українського шоу-бізнесу ринком є лише частина України. Не обмежується Україною ринок для Руслани Лижичко, Насті Каменських, Ані Лорак, Андрія Данилка, гуртів "Океан Ельзи", "ВВ", "ВІА Гра", деяких інших українських виконавців. Хоча, справді, більшість українських діячів естради (продюсерів шоу-бізнесу) можуть розраховувати переважно на український ринок та спонсорську допомогу (а не інвестиції).

Розмірковуючи про особливості продюсерства в умовах України, Сергій Тримбач вважає, що "питання в тому яким саме має бути продюсер за наших, далеко не в усьому ринкових умов. Напевно, що ідеологічнішим, аніж його колеги на Заході – у тому сенсі, що він мусить представляти певну ідеологію кіно як засобу консолідації населення в єдину націю. По-друге, у даний перехідний період продюсер має одержати підтримку держави (за певних умов; скажімо тоді, коли творча група є українською, коли одержала достатню фінансову підт-

римку в Україні і т. п.). Це може бути і пряме вливання бюджетних коштів, і пільгові кредити, і реклама на державному телевізійному каналі... Однак в перспективі продюсер має стати носієм незалежної творчої та економічно виваженої поведінки. Наш спільний інтерес у тому, аби продюсерська система не стала осередком анігіляції національних культурних традицій, примітивного пристосування до кон'юнктури світового ринку" [2, 96].

Не варто обмежувати продюсерство лише комерційною сферою. Для реалізації некомерційних проектів теж потрібні продюсери, які б ініціювали культурно-мистецький процес, залучали (знаходили) кошти і брали на себе ініціативу і відповідальність за реалізацію проектів і, отже, вирішення всіх пов'язаних з цим питань і проблем. Звичайно, вибір продюсера для реалізації некомерційного мистецького проекту, для інансування якого виділяються бюджетні кошти, має відбуватися виключно на конкурсних засадах з врахуванням поданих учасниками конкурсу пропозицій (варіантів) реалізації проекту, кошторисів, гарантій щодо залучення коштів для реалізації проекту з інших джерел (меценати, спонсори, рекламодавці тощо).

Згідно з пунктом 5 нової редакції "Положення про державну підтримку національних фільмів у продюсерській системі" (від 11.02.2010):

"5. Виробництво, розповсюдження та/або демонстрування національного фільму у продюсерській системі кінематографії за фінансової підтримки держави здійснюється шляхом:

залучення суб'єктів продюсерської системи до виконання державного замовлення на виробництво, розповсюдження та/або демонстрування національного фільму;

*надання державної фінансової підтримки суб'єктам продюсерської системи, які здійснюють виробництво, розповсюдження та/або демонстрування національного фільму".*

При цьому, згідно з пунктом 10 Положення:

**"державне замовлення на виробництво національних фільмів здійснюється шляхом повного фінансування виробництва фільму за рахунок державних коштів..."**

На умовах державного замовлення виробляються **переважно навчально-пізнавальні, просвітницькі та документальні фільми і кінолітписи, фільми для дітей, зокрема анімаційні".**

Водночас, згідно зі згаданим пунктом, **"державна фінансова підтримка** надається суб'єктам продюсерської системи у формі част-

кового фінансування виробництва національних фільмів. Частка державної участі не повинна перевищувати 70 відсотків вартості фільму".

Згідно з новою (11.02.2010 р.) редакцією Положення (на відміну від редакції від 5.06.1998 р.) за **держзамовленням** фільми фінансуються стовідсотково за рахунок коштів держбюджету. Водночас, в режимі **надання державної фінансової підтримки** максимальним є 70-відсоткове фінансування, тобто в кожному окремому випадку має вирішуватись чи фінансувати фільм "по максимуму" чи, скажімо, тільки на 30 чи 50 відсотків.

Здавалося б система часткового фінансування мала стимулювати пошук інвесторів та спонсорів. Але оскільки ігрове кіно в Україні не є і, напевно, не скоро буде прибутковим, інвесторів воно не цікавить. Щодо спонсорів, то їх може зацікавити велика аудиторія перегляду фільму (хай, навіть і без прибутків), широкий розголос. Але більшість нечисленних сучасних українських фільмів не потрапляють до прокату і комерційного показу та демонструються хіба що на переглядах з обмеженою аудиторією, що не є привабливим для спонсорів та рекламодавців. Якщо ці фільми не цікавлять підприємців-кінодемонстраторів (власників кінотеатрів), то вони могли б принаймні демонструватись в "базових кінотеатрах – центрах вітчизняного кіномистецтва", які передбачені пунктом 12 Положення, але жоден з таких кінотеатрів до цього часу не створений.

Не дивно, що система, передбачена Положенням (навіть в його новій – дещо поліпшеній редакції), яку лише умовно можна назвати продюсерською, практично не діє.

Отже, нормативно-правове регулювання продюсерської діяльності в Україні потребує поліпшення з урахуванням як світового досвіду продюсерства так і особливостей культурно-мистецької сфери України.

#### ***Використані джерела:***

1. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід / Перекл. з англ. за ред. І.Д. Безгіна. – К. : ВВП "Компас", 2000. – 640 с.
2. Гриценко О., Солодовник В. Пророки, пірати, політики і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / Наук. ред. О. Кілієвич. – К. : "К.І.С. ", 2003. – 168 с.
3. Музичний продюсер. – Вікіпедія. – <http://uk.wikipedia.org>

## **БОГОСЛУЖБОВА МУЗИКА У СУЧАСНОМУ МУЗИЧНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ (ВИКОНАВСЬКИЙ І ПРОДЮСЕРСЬКИЙ АСПЕКТИ)**

Християнська традиція в українському музичному просторі представлена у своїй повності: музика православної, католицької, протестантської традицій є репрезентативними і для українських церковних осередків різних християнських церковних деномінацій, і для концертних майданчиків, де українські композитори охоче презентують свої літургії, всеношні, меси, магніфікати, реквієми, пасіони. Композиторський інтерес до жанрів церковної традиції різних конфесій є не випадковим і свідчить про єдність християнського коріння України і Європи. Конфесійний плюралізм, як і плюралізм жанровий, стильовий, функціональний української музики церковної традиції відмічається багатьма дослідниками. У роботах Н. Александрової, О. Афоніної, І. Вербицької-Шокот, О. Клокун, Т. Кривицької, О. Мануляка, С. Осадчої, Н. Середи, О. Тищенко богослужбова музика українських авторів розглядається у контексті її зв'язків з богослужбовою та музично-літургичною традицією, з точки зору її функціональності (прикладна, концертна) та конфесійною приналежністю (православна, католицька, протестантська).

Більшість дослідників все ж таки віддають перевагу вивченню творів церковної традиції, призначених для концертного виконання, де найбільш повно збережено канонічний та жанровий архетипи. З точки зору втілення задуму твори маститих авторів також є більш досконалими. Однак музика, що сьогодні звучить у храмах України – не менш репрезентативна складова християнської музичної культури, ніж твори, написані згідно канонічних традицій, але призначені для концертного виконання. Храмова (прикладна, функціональна) музика є основним видом сучасного християнського мистецтва, а тому потребує серйозного і ґрунтовного дослідження.

Зупинимося на двох аспектах вивчення сучасної богослужбової музики функціонального призначення – виконавському і продюсерському. Сьогодні ми можемо спостерігати видозміни у богослужбовому співі різних християнських конфесій. Стан сучасного православного співу охарактеризовано у статті О. Нікітюк. Дослідниця відмі-

чає, що з 90-х років ХХ століття стрімко зростає кількість православних храмів, більшість з яких є невеликими капличками. Саме тому сьогодні в українських православних церквах основним видом музичного колективу стає професійний церковний хоровий ансамбль [3, 125]. Специфічною рисою таких колективів є штучний ансамбль із найпоширенішим складом – квартетом, де одну з партій виконує регент [3, 127-128]. У процесі роботи з хоровим квартетом постає проблема церковного репертуару, оскільки богослужбова музика ХІХ – ХХ століть (основа церковного репертуару) – переважно концертного плану і написана для великих хорів. Переробка цих творів для церковного квартету передбачає спрощення фактури – перестановку голосів, виключення деяких сольних епізодів, що не завжди сприяє належному художньому рівню виконання, а також має невисоку духовну цінність [3, 129-130]. Більше відповідають духу церковного співу наслідування монастирських традицій, де основним складом є тріо співаків [3, 130]. Тенденцією часу є включення невеликими ансамблями у свій репертуар монодійні піснеспіви (з ісоном) з церковнослов'янським, грецьким або грузинським текстами [3, 131]. Таким чином, сьогодні в українському православному богослужбовому співі відбуваються видозміни не лише у складі церковних колективів, а й у репертуарі. Особливо приваблює повернення у богослужбову практику монодійного співу – найдавнішого виду церковної музики.

Інтерес до давніх форм богослужбового співу викликаний передусім творчими зацікавленнями самих регентів. Однак сьогодні почути монодійний спів можна не лише у православному храмі. Наприклад, грецька церковна монодія сьогодні співається у лютеранській церкві. Сучасні українські християни західних обрядів (католики, лютерани) вже звикли, що екуменічні тенденції католицьких і лютеранських богослужінь дозволяють включати у сучасне богослужіння твори православних авторів. Традиційним для католицького і лютеранського богослужіння є і спів "Kyrie eleison" – єдиний піснеспів, що виконується у західному обряді грецькою мовою. Однак сьогодні на лютеранській літургії можна почути, окрім традиційного "Kyrie eleison", виконання грецького монодійного піснеспіву "Христос анесті" ("Христос воскрес") як причастного хорала на свята Великодня і Різдва [6, 230]. Також звучать на лютеранській літургії і єврейські піснеспіви [7, 137].

Сучасний католицький репертуар, як і лютеранський, має екуменічну спрямованість і характеризується стильовим розмаїттям.

Традиційними для католицької літургії є григоріанські піснеспіви. Однак сьогодні на богослужінні григоріанські мелодії звучать у супроводі органу (окрім передвеликоднього тридення, коли усі твори виконуються а *carpella*), що наближає їх звучання до сучасного, але заважає відчувати їх архаїчне коріння. Щодо грецької монодії або єврейських піснеспівів, то вони у сучасній українській католицькій літургії не звучать, хоча у католицькій Франції традиційні єврейські мелодії з французькими текстами доволі часто виконуються на богослужіннях. Можливо, в Україні також варто популяризувати музичні надбання інших християнських конфесій і навіть інших релігій, бо музика є тим самим єкуменічним чинником, який спроможний об'єднати те, що наразі розділяє християн різних конфесій.

Єкуменічні тенденції характерні не лише для католицької та лютеранської музики. Зразком єкуменічної творчості у сучасній Православній Церкві є хорові твори архієпископа Іонафана (Єлецьких). Він зокрема є автором "Літургії Миру" (2003), в основу музики якої вперше в історії музики православної традиції було покладено григоріанські, тобто традиційні католицькі піснеспіви (фрагменти VIII григоріанської меси "De Angelis"). О. Тищенко відзначає, що цей твір, як і інші літургічні твори архієпископа, відносяться до різновиду авторських літургічних циклів для богослужбового використання, ознаками якого є відображення самого ходу богослужіння, де "композитори фіксують та музично оформлюють навіть найменші фрагменти служби" [5, 10].

"Літургію миру" композитора можна вважати яскравим прикладом популяризації (своєрідного продюсування та PR) власного творчого доробку. Вдалим кроком у цьому напрямі є новаторська ідея, що не є характерною для доволі консервативної за формою православної традиції, а саме включення григоріанських піснеспівів у музичну тканину літургії. Єкуменічна спрямованість власних музичних творів можливо була інспірована міжконфесійними зв'язками: на початку 2000-х рр. владиною було організовано зустрічі православної і лютеранської молоді в Аугсбурзі і Херсоні, він також брав участь в організації трудових таборів католицької і православної молоді [4]. Наступним кроком популяризації твору є співпраця з хором "Київ", відомим не лише виконавською, а й едиційною діяльністю. У результаті співпраці було записано диск з "Літургією миру" і видано партитуру твору [2] відразу ж після херсонського видання [1]. Сьогодні "Літургія миру" є твором, що звучить на концертних майданчиках України.

Популяризує свої твори архієпископ Іонафан завдяки мережі Інтернет. Владика має свій сайт [4], де розміщено його богословські і музичні твори (аудіозаписи і партитури). Таким чином, будь-який колектив або церковний хор може взяти у свій репертуар твори композитора.

Отже, новими тенденціями сучасної української богослужбової музики є її *єкуменічність (поліконфесійність)*, де органічно поєднуються елементи музичних традицій усіх християнських конфесій, *стильова багатоплановість*, де співіснують елементи різних музичних стилів – від традицій монодійного співу до сучасних засобів музичної виразності, *комунікативність* та *технологічність*, що передбачає розповсюдження своєї творчості за допомогою сучасних технологій, у тому числі використовуючи методи, споріднені з продюсерськими і PR.

#### ***Використані джерела:***

1. Іонафан (Елецких), архієпископ. Литургия Мира / Іонафан (Елецких). – Херсон, 2003. – 68 с.
2. Іонафан (Єлецьких), архієпископ. Літургія Миру / Іонафан (Єлецьких). – К. : Бібліотека хору "Київ", 2003. – 36 с.
3. Никитюк О. Професійний церковний хоровий ансамбль як феномен розвитку богослужбового півня в Україні на рубежі ХХ – ХХІ століть / Оксана Никитюк // Київське музикознавство. – К., 2011. – Вип. 36. – С. 124–133.
4. Офіційний сайт архієпископа Іонафана (Елецких) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vladyka-ionafan.ru>
5. Тищенко О.В. Літургія в українській музиці кінця ХХ – початку ХХІ століття (до проблеми співвідношення обряду і жанру) : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав. : 17.00.03 / Тищенко Олена Вячеславівна ; Нац. муз. акад. України ім. П. І. Чайковського. – К., 2011. – 18 с.
6. Цеханович Н.Э. Греческие песнопения в современной лютеранской литургии / Н.Э. Цеханович // Діалог культур у контексті історії греко-українських зв'язків : Збірник матеріалів міжн. наук.-практич. конф., Київ, 20 травня 2011 р. – К. : НАКККиМ, 2011. – С. 227–230.
7. Цеханович Н.Е. Особливості сучасного богослужіння німецької євангелічно-лютеранської церкви України / Н.Е. Цеханович // Культурно-мистецьке середовище: творчість та технології : Зб. матеріалів П'ятої Міжн. наук.-творчої конф. студентів, магістрантів, аспірантів та молодих вчених, 10–11 листопада 2011 р. – К. : НАКККиМ, 2011. – С. 136–137.

## **ЕЛЕКТРОННА МУЗИКА ЯК ЧАСТИНА МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ: ПРОДЮСЕРСЬКИЙ ДОСВІД**

Масова культура – поняття, яке використовується для характеристики сучасного культурного виробництва і споживання. Це виробництво культури, організоване за типом масової, серійної конвеєрної індустрії і поставляє такий же стандартизований, серійний, масовий продукт для стандартизованого масового споживання. Масова культура – специфічний продукт сучасного індустріального урбанізованого суспільства.

Масова культура, поп-культура, маскультура – культура, популярна серед переважної більшості населення в суспільстві. Вона включає в себе такі явища, як побут, розваги (спорт, музика та ін.), засоби масової інформації тощо. Вміст масової культури обумовлений щоденними подіями, прагненнями і потребами, складовими життя більшості населення, так званого мейнстріму. Масова культура розрахована на споживання великими масами населення, що припускає стандартизовані форму і зміст, а також комерційне спрямування.

Новий вид мистецтва, який зазвичай називають "електронною музикою", виник порівняно недавно і, безумовно, є частиною масової культури. Історично, ґрунт для виникнення електронної музики був підготовлений як можливостями сучасної техніки і людського розуму, так і розвитком звукового матеріалу.

Музика, як і інші види контенту, в умовах домінування цифрових електронних медіа, має набувати формат, пристосований для трансляції тим чи іншим видом комунікаційного засобу, а музичний продукт еволюційно набуватиме властивостей комунікаційних каналів, якими він передається.

Електронна музика (від англ. Electronic music, також "електроніка") – широкий за обсягом змісту музичний напрям, який охоплює музику, створену з використанням електронних музичних інструментів. Хоча перші електронні інструменти з'явилися ще на початку ХХ століття, електронна музика як жанр розвинулась у другій половині ХХ століття і на початок ХХІ століття має десятки різновидів.

Часто під електронною музикою розуміють так звану електронну клубну музику (електронну танцювальну музику), піджанрами

якої є техно, хаус, драм-н-бейс, хардкор, брейкбіт, транс та ін. Як маркетинговий термін "електронна музика" позначає музику, створену (на відміну від акустичної музики) переважно за допомогою електронних засобів – синтезаторів, драм-машин, семплерів, секвенсерів, комп'ютерів.

Сьогодні танцювальна електронна музика надзвичайно різноманітна і далеко не завжди відповідає професійним критеріям якості. Питання про якість танцювальної електронної музики та способи її функціонування є надзвичайно важливим. Танцювальна електронна музика завдяки засобам масової комунікації займає все більше місце в культурному житті суспільства в цілому, бо безліч теле- та радіопрограм орієнтовані на представлення музики даного напрямку, вона використовується у кіновиробництві і театральному мистецтві. Але і тут ми нерідко стикаємося з відсутністю професійного підходу до оцінки тих чи інших творів, а також якості їх подання. Танцювальна електронна музика безпосередньо пов'язана з розвитком сучасних технологій. Їх зміна, розвиток, різні способи використання у процесі відтворення танцювальної електронної музики також ще недостатньо досліджені, мало досліджена і сфера використання новітніх технологій як засобів виразності сучасного музичного мистецтва, на які багато у чому спирається танцювальна електронна музика.

За півстоліття свого існування електронна музика обросла традиціями і набула найрізноманітніших рис. Напрямки, в яких вона реалізується, часто виглядають взаємовиключними. І хоча музики створено дуже багато, і праць, що намагаються її пояснити, теж чимало, питань у цій галузі творчості залишається більше, ніж відповідей.

*Зирін Олександр Альбертович*  
*Україна, м. Київ*

## **"ТЕЛЕВІЗІЙНИЙ ФОРМАТ" ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АУДІОВІЗУАЛЬНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ**

Нагальна потреба у забезпеченні виконання умов отриманих від української держави ліцензій на телевізійне мовлення та необхідність заповнення власного ефірного часу телевізійним продуктом, виробленим в Україні, примусила вітчизняних телевізійних мовників шукати коректні виходи з непростой ситуації, в яку вони потрапили на по-

чатку ХХІ століття. Адже левова частка телевізійних каналів, які виходять в ефір в Україні, не здатні самостійно виробляти телевізійний продукт відповідної якості – як правило телевізійним виробництвом для комерційних телеканалів в Україні займаються сторонні виробники, а не самі канали. Дослідження схем виведення оборотних коштів за межі рахунків телевізійних каналів для "виробництва" не є темою даної розвідки, лишень зазначу, що і станом на сьогоднішній день заповнення ефірного часу вітчизняних комерційних мовників здійснюється за схемою "тотальний кінопоказ + новини + поодинокі, але вкрай розрекламовані ТБ-проекти". На створення таких поодиноких проектів витрачаються доволі великі кошти. Для прикладу за інформацією, розповсюдженою одним з колишніх керівників телевізійного каналу "Інтер" паном Єгором Бенкендорфом, виробництво одного циклу проекту "БУМ (Битва українських міст)" обійшлося каналу у вісімдесят мільйонів гривень. Ця сума співставна із загальним бюджетом Національної телекомпанії України на весь 2010 рік. Саме такі поодинокі, але вкрай дорогі телевізійні проекти і є прикладами появи в українському аудіовізуальному просторі програм, створених на основі придбаних прав на виробництво телепродукту у тих або інших "міжнародних телеформатах".

На світовому телевізійному ринку бурхливий розвиток так званого "форматного телепродажу" пов'язують з успіхами в діяльності голландської виробничої телевізійної компанії "Endemol". І якщо ще 10-15 років тому телевізійні канали світу для заповнення власного ефіру в основному купували різні фільми та серіали різних жанрів (художні, пригодницькі, документальні), то початок ХХІ століття позначений купівлею видовищного та розважального телевізійного продукту. З часу першого виходу в ефір реаліті-шоу "Великий брат" ("Big Brother") створеного продюсерами, які працювали в компанії "Endemol", його переглянуло близько 2 мільярдів телеглядачів. Програма була продана у більше ніж сто країн світу, а у 70 країнах світу стала справжнім хітом вечірнього прайм-тайму. За деякими дослідженнями, в Іспанії рейтинги проекту були більшими, ніж у трансляцій з чемпіонату світу з футболу. В Ізраїлі та Німеччині навіть був створений окремий цілодобовий телевізійний канал "Big Brother-TV". Згодом доволі активно на міжнародному телевізійному запрацювали компанії "Fremantle Media", "Zodiak" "BBC Worldwide" і інші.

Спочатку картина продажу ліцензій на телеформати була дещо схожа на продажі в різні країни світу латиноамериканських телесері-

алів, але основною різницею стало розширення творчих можливостей. У різних країнах заходилися не тільки вдало підбирати голоси акторів для переозвучення незчисленних епізодів серіалів. Купуючи той або інший "міжнародний телевізійний формат", вітчизняні продюсери отримували можливість адаптації такого проекту спеціально для українського телеглядача. Крім всього іншого, це означало і активне залучення до процесу виробництва низки українських професіоналів (режисерів, операторів, звукорежисерів тощо) та виробничих потужностей (світло, виготовлення декорацій та костюмів, звук тощо).

Ще одним, і вкрай серйозним аргументом, який спонукав українських телевізійних продюсерів до купівлі ліцензій на виробництво або показ телевізійного продукту "міжнародного формату", став доволі жорсткий диктат рекламодавців і особливо великих міжнародних брендів. Саме вони охоче погоджуючись розміщувати свою рекламу в подібних програмах і спонукали вітчизняних телевізійників до появи в українському ефірі продукту, створеного за міжнародними форматами. Зазначу, що за підрахунками фахівців відомої вітчизняної консалтингової фірми "MRM", до 80% всіх розважальних телевізійних програм комерційного мовлення – це програми створені за ліцензіями на міжнародні телеформати.

Першим помітним успіхом адаптації міжнародного ТБ-формату для вітчизняного загальнонаціонального ефіру можна назвати вихід в ефір програми "Перший мільйон" (ТК "1+1"). Привабливий фінансовий бік "медалі" має і іншу менш позитивну сторону – на превеликий жаль Україну настійливо і потужно втягують до так званого "Єдиного гуманітарного простору". Це ще більше посилює диктат міжнародних брендів, які "випробовують" той або інший телевізійний продукт спочатку на телеглядачах в Росії, а потім автоматично переносять такий продукт на телевізійні екрани українського глядача. При цьому абсолютно не враховується різниця у ментальності, морально-етичних підходах, системі усталених цінностей тощо. У такий спосіб українські телеглядачі, для прикладу, отримали на свої екрани музично-розважальне шоу "Дві зірки". У його основі виступ зірок з різних сфер (театру, кіно, шоу-бізу) зі співом різних музичних хітів. Шоу було досить вдало адаптовано для російського телевізійного глядача та з успіхом йшло декілька телевізійних сезонів і повністю провалилося в ефірі вітчизняного телевізійного каналу "Інтер" (один цикл). Повністю зкальковане з російського, а не міжнародного ефіру, для українського глядача шоу не стало "своїм", адже чомусь в українсь-

кому загальнонаціональному ефірі виступали закордонні артисти, яких автори вітчизняної адаптації позиціонували як "своїх", і їх пісні теж мали стати "своїми". Це для українського глядача виявилось не цікавим! Подібне позиціонування закордонних артистів як "зірок", у тому числі і українських, активно спостерігається і зараз в ефірі відразу декількох загальнонаціональних вітчизняних телеканалів (ТК "Україна", ТК "Інтер", ТК "Новий канал"). Це ще раз підкреслює підтриманий на державному рівні курс на активне "злиття" різних гуманітарних просторів у щось єдине.

Ще однією вагомою відмінністю адаптації різних телевізійних форматів для вітчизняного ефіру від міжнародної телевізійної практики є також, започаткована в Росії, стилістика залучення до участі в подібних проектах різного роду зірок та так званих "медійних облич". На відміну від європейського, в українському комерційному телебаченні активно пропагується показ і участь не пересічних громадян, а відомих, переважно за публікаціями в жовтій пресі, акторів, телеведучих і інших персонажів, а також видатних спортсменів. Це призводить до виникнення кумедних ситуацій, коли українські телеглядачі спостерігають за перебільшеною радістю від перемоги видатних українських спортсменів над китайськими або французькими столярами чи домогосподарками в одному з спортивно-розважальних шоу на телеканалі "Інтер".

Певною мірою цікавим явищем в аудіовізуальній просторі України стали політичні форматні телевізійні проекти. Фахівці зазначають, що індустрія продажів в Україні розважальних телевізійних проектів на сьогодні доволі розвинута, але на ринку політичних форматів ситуація дещо інша. За останній час лише ТК "Україна" зробив спробу адаптувати в ефірі проект BBC "Question Time" – в ефірі каналу програма виходить під назвою "Відкритий доступ" (до виборів 2010 року програма виходила в ефір під назвою "Готовий відповісти"). Відомо також, що ТК "Інтер" придбав права у компанії "Distraction" на політичне ток-шоу у форматі "The Next Great Leader". Але запустити його в ефір в сезоні 2008–2009 не вдалося.

Що отримує український продюсер, купуючи ліцензію на виробництво телепродукту за міжнародним форматом? На сьогодні продюсер отримує готовий, продуманий та обкатаний на певній глядацькій аудиторії пакет. Ще раз зазначу – це зовсім не означає автоматичний успіх проекту на українських телеекранах. У цьому зв'язку українським продюсерам слід уважно поставитися до можливості чіткого

"українського" позиціонування міжнародного форматного проекту. Як великий позитивний приклад можна навести роботу телевізійників з комерційного телеканалу "СТБ". Колеги вдало і абсолютно коректно не тільки адаптувати, а і привели до потужного глядацького успіху міжнародні формати (танцювальний проект та талант шоу) – "Танцюють усі!" та "Україна має талант!". На превеликий жаль, тотальна "гуманізація простору" активно торкнулася і цього каналу, і в новому розважальному проекті каналу в сезоні 2010–2011 бачимо закордонних зірок на ключових позиціях проекту.

Як правило, готовий пакет містить детальний опис ідеї проекту, чітко виписану концепцію проекту, детальний сценарій проекту. Також виробник в Україні отримує так звану "продакшн-біблію", в якій не тільки описані всі творчо-виробничі рішення щодо режисерсько-операторської роботи, декорацій проекту, світлових вирішень, музики, електронної графіки, а й готові моделі створення проекту на електронних носіях. Крім того, команда, яка вироблятиме продукт в тій або іншій країні, може ознайомитися з так званою "історією успіху" проекту. Це перелік каналів, де виходило в ефір те або інше шоу, відповідні показники рейтингів в різних країнах, динаміку переглядів програм, кількість відзнятих епізодів, кількість сезонів виходу в ефір. Зауважу, що у відповідності до міжнародних норм захистити авторську ідею в той або інший спосіб неможливо, тому предметом купівлі-продажу в подібних угодах є те, що можна зафіксувати на носіях: фонограми, графіка, тексти. Також продюсер купує права на відтворення певної кількості епізодів того або іншого формату.

Продюсер проекту може самостійно прорахувати кошторис проекту і прийняти рішення стосовно того, де він буде реалізовувати проект. Або створювати його самостійно (для прикладу відомий проект "Перший мільйон" на ТК "1+1") або виїжджати з командою в далеку Аргентину (проект "БУМ" ТК "Інтер") чи французький "Форт Буаярд" (проект ТК "1+1"). Слід бути готовим і до обов'язкової участі в створенні вітчизняної версії проекту консультанта від творців "міжнародного формату". Це пояснюється, в першу чергу, бажанням убезпечити проект від провалу на місцевому рівні, що може серйозно вплинути на обсяги продажу ліцензій на світовому телевізійному ринку. Цим великою мірою пояснюється і активні намагання комерційних телевізійних мовників уникнути появи потрібного резонансу в ЗМІ при провалі тих або інших проектів в Україні.

Вихід на український телевізійний ринок тих або інших міжнародних форматів також диктується певною телевізійною модою. Такі модні тенденції формує найпотужніший міжнародний телевізійний ринок MIPCOM, який тепер уже двічі на рік проходить у Каннах (Франція). В українському телевізійному сезоні 2010–2011 років здається прийшов час японських телевізійних форматів. Формати мають жорстко змагальні та конкурсні тенденції і створюються в складних декораціях та з елементами яскравого костюмування і активним використанням тих або інших атракціонів. Шоу доволі видовищні та динамічні, мають доволі серйозний успіх у своїй країні та за кордоном. Для прикладу офіційний сайт японського дейтинг-шоу "Love Bus" (4 хлопці і 3 дівчини, які подорожують в одному автобусі, закохуються один в одного, а також займаються благодійністю, допомагаючи людям населених пунктів, в яких зупиняється автобус. Щойно формується пара, їх замінюють нові учасники, таким чином, шоу може тривати скільки завгодно) у 2009 році зібрав більше 1 млрд. відвідувачів.

Проникнення цих форматів до українського телеглядача розпочалося декілька років тому з ефіру великих європейських мовників, які мали змогу потрапити в кабельні мережі українців. В ефірі країн близького зарубіжжя одним з перших відомий японський телеформат адаптувало російське ОРТ – "Стінка на стінку" (формат "Hole in the wall" від "Fremantle Media"). В українському загальнонаціональному ефірі цей проект з'явився в ефірі ТК "ICTV" під назвою "Море по коліно". Як бачимо, механізм виходу на українські екрани уже усталений. Саме такий механізм, певною мірою, стримує творчу роботу українських телевізійників по реалізації та виведенню на ринок вітчизняних авторських форматів.

Зазначимо також, що вихід в український ефір "японських форматів", на думку автора, уже зіткнувся з невдачею. Проект "Тиша в бібліотеці" по формату "Silence library" від кампанії "2waytraffic", пов'язаний з тотально неадекватною поведінкою молодиків, які мають виконувати несподівані та провокаційні завдання в повній тиші у ... бібліотеці. Українська виробнича кампанія "Студія пілот" позиціонує цю програму "як винахід японців, які володіють екстремальним почуттям гумору". "Екстремальність" розуміння авторами програми століттями усталеного поняття "українська бібліотека" напевно і визначило час виходу такого проекту в український загальнонаціональний ефір – глибока ніч. На переконання автора цих рядків, місце для

подібних експериментів – дрібненький специфічний сегментований платний кабельний телеканал, а не загальнонаціональний ефір.

Один із шляхів розвитку міжнародної співпраці – активна пропозиція новітніх українських телевізійних форматів на міжнародний ринок. Для цього можна було б запропонувати включити власні проекти в каталоги відомих виробничих фірм на прийнятних фінансових умовах. Загальноустановленою тенденцією останніх років є масове виведення телевізійних проектів в "живий ефір" – реаліті-шоу. Сучасний технологічний та творчий стан українського аудіовізуального простору дозволяє створювати проекти, які будуть знаходитися в руслі світових тенденцій. У цілому роботу українських продюсерів та продюсерських кампаній по адаптації міжнародних телевізійних форматів для українського аудіовізуального простору можна вважати позитивним явищем, яке значно активізує українське телевізійне виробництво, поступово наближає його до світових стандартів телемовлення і дає змогу українським професіоналам підтримувати належний творчий тонус та рівень.

*Садовенко Світлана Миколаївна*  
*Україна, м. Київ*

## **ЕТИКА МУЗИЧНОГО ШОУ-БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Надзвичайно важлива роль у підготовці майбутніх спеціалістів-імпресаріо та музичних продюсерів для набуття ними теоретичних знань з організації і ведення продюсерської діяльності, формування практичних навичок роботи в музичному шоу-бізнесі, кінематографії (аудіовізуальні твори, телебачення), театральній справі, концертній діяльності, звукозапису, артистичному шоу-бізнесі тощо належить навчальній дисципліні "Теорія і практика продюсерської діяльності", яка входить до комплексної системи спеціальних знань студентів кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ. Мета цього курсу – набуття студентами теоретичних знань та практичного досвіду в продюсуванні мистецьких проектів, пов'язаних з веденням музичного шоу-бізнесу, здійсненням продюсерської діяльності у концертній діяльності, галузі кінематографії, театральній справі тощо.

До завдань курсу входить надання майбутнім музикознавцям-імпресарію – музичним продюсерам необхідних знань та навичок для успішного вирішення проблем в продюсерській діяльності, ознайомити з законодавчою базою, пов'язаною з питаннями ведення продюсерської діяльності в Україні; навчити маркетинговому підходу щодо розробки бізнес-плану продюсера (у тому числі фінансове планування, як один з найважливіших розділів бізнес-плану); надати практичні рекомендації щодо створення продюсерської фірми та підбору команди; навчити етиці музичного шоу-бізнесу.

Проте не тільки ці завдання мають стояти перед викладачем та студентами в процесі освоєння курсу з теорії і практики продюсерської діяльності, який вбирає в себе низку спеціальних міжпредметних дисциплін, зокрема методики організації мистецьких проєктів, публік рілейшнз, етики ділового спілкування, іміджології та інших. Важливою задачею для викладача стає можливість відкриття молодим людям перспектив подальшого самостійного пошуку в цьому напрямку, осмислення власного відношення до професії продюсера-імпресарію, забезпечення успішного проходження свого творчого шляху в професійній діяльності. З цією метою студентам необхідно донести, що ефективного управління творчим проєктом визначається різноманітними аспектами саме особистості продюсера. Зрозуміло, що великого значення набувають отримані в процесі навчання навички й знання, неабияке значення мають інтелект і характер майбутнього фахівця в сфері продюсерської діяльності. Однак уміння дотримуватися етичних норм продюсером-управлінцем грає не останню роль у діловій практиці. Тому розгляд питань етики в музичному шоу-бізнесі є актуальним.

У процесі організації і створення мистецького проєкту продюсер контактує з великою кількістю людей. Отже, є очевидною необхідність визначення вимог щодо управлінського етикету, які полягають у виконанні комунікативних технологій, а саме: продюсер має чітко і без підтексту висловлювати свої думки, спиратися тільки на конкретні факти, поєднувати свої економічні інтереси (та інтереси свого колективу) з моральними принципами суспільства.

Враховуючи те, що в процесі створення мистецького проєкту відносини між керівником проєкту (продюсером) і виконавцями (артистами та іншими членами команди) не можуть залишатися на рівні тільки дружніх, отже набувають інших форм управлінського спілкування. У відносинах типу "продюсер-виконавець" ("керівник-підлеглий") мо-

жуть бути передбачені зв'язки управлінського спілкування декількох форм. Розглянемо найбільш коректний і вагомий, як на наш погляд. Назвемо такий тип відносин субординаційно-службово-товарисько-дружній. При цьому типі відносин продюсер має змогу вимагати якості роботи від членів команди і водночас намагатися зрозуміти, допомогти, поцінувати кожну особистість. Означений тип зв'язку управлінського спілкування можна також назвати як професійно-рівноправний. При цьому продюсеру необхідно добре виконувати свої функції і використовувати відповідні можливості, які передбачають наявність різноманітних вимог до підлеглих. Зрозуміло, що без вимогливості неможливо уявити роботу продюсера. У нього, як в управлінця, є й серйозні важелі – володіння творчою інформацією, фінансуванням тощо. Однак вимогливість продюсера має бути гармонійно співставна з повагою до артистів та всіх членів команди.

Етика музичного шоу-бізнесу вбирає в себе відповідальність керівника, яка виявляється у відповідності слів і дій. Це при тому, що до обов'язків продюсера входить велика кількість *функціональних* завдань, магістральними серед яких є: стратегічна (вміння провести аналіз ситуації, розробити прогноз і поставити конкретні цілі і завдання), адміністративна (контроль за підлеглими, корекційна діяльність, оцінка результатів), експертно-інноваційна (постійне знайомство продюсера з новинками ринку, їх кваліфікаційна оцінка і впровадження у практику), соціально-психологічна (створення в колективі морально-психологічного клімату, формування стандартів поведінки) і функція лідера (передбачати конфлікти, захищати членів своєї команди). Варто зауважити, що остання функція є дуже важливою і впливовою для досягнення успіху в справі продусування.

Наприкінці хочеться назвати найбільш визнаних і успішних продюсерів світу, зокрема: Юрій Айзеншпіс ("Кіно", Влад Сташевський, Діма Білан), Баррі Алібасов ("На-на"), Стас Намін ("Цветы", "Парк Горького"), Андрій Разін ("Ласковый май"), Яна Рудковська (Діма Білан), Леонід Бурлаков ("Мумій Троль", Земфіра, "Брати Грім"), Йосиф Пригожин (Йосиф Кобзон, Лев Лещенко, Вахтанг Кікабідзе, Олександр Маршал, Ніколай Носков, Валерія, Крістіна Орбакайте, Крис Кельмі, "А-Студио", "Шао Бао"), Виктор Дробиш ("Тут-сі", Юлія Михальчик, Наталя Подольська, Стас Пьеха), Ігор Матвієнко ("Любе", "Іванушки International", "Корні", "Фабрика"), Костянтин Меладзе (Валерій Меладзе, "ВИА Гра", Анастасія Приходько, Марк Тішман, "БиС", "Корнелія Манго", "Інь-Янь"), Армін ван Бюрен, Ди-

тер Болен ("Modern Talking", Blue System, C. C. Catch), Стіг Андерсон ("ABBA"), Рой Томас Бейкер ("Queen", Journey, Smashing Pumpkins), Куїнсі Джонс (Майкл Джексон), Джордж Мартін ("The Beatles", Селін Діон, "Ultravox"), Мартін Бірч (Deep Purple, Iron Maiden, Rainbow, Whitesnake, Black Sabbath, Blue Öyster Cult, Гарі Мур), Френк Фаріан ("Boney M.", Eruption, Gilla, Milli Vanilli), Тімбаланд (Мадонна, Неллі Фуртадо, Джастін Тімберлейк), Девід Фостер (Мадонна, Уїтні Хьюстон, Селін Діон, Марайя Кері, Тоні Брекстон, "Chicago", Лайонел Річі) та багато інших, які подарували світу найвідоміших мегазірок.

Зрозуміло, що завдяки творчій співпраці артиста з продюсером, їх взаємовідносинам та відповідальності керівника проекту за свої дії, за долю підпорядкованого йому артиста, відповідність слів і дій, що і складає етику музичного шоу-бізнесу, можлива успішна співпраця продюсера і виконавця, створення цікавих мистецьких проєктів, відкриття нових імен.

# МАЙСТЕР – КЛАСИ, ПРЕЗЕНТАЦІЇ

*Богданов Микита Миколайович*

*Україна, м. Київ*

## БЮДЖЕТНИЙ ВАРІАНТ ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТУДІЇ ЗВУКОЗАПИСУ

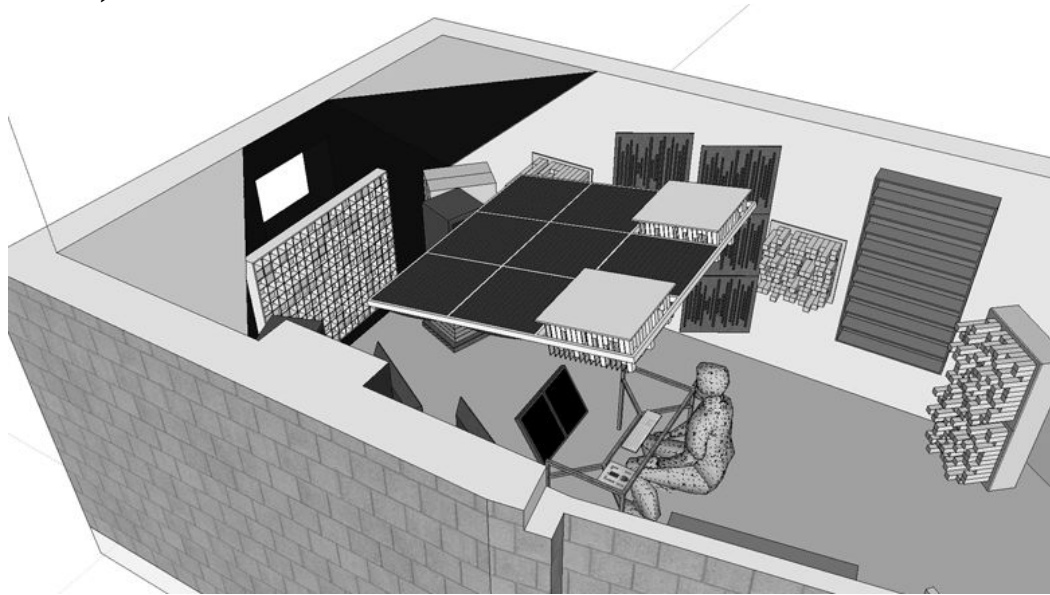
Ще наприкінці 90-х років ХХ століття та на початку 200-х років ХХІ століття на теренах незалежної України продюсери тісно співпрацювали зі звукозаписуючими компаніями (рекорд-лейблами), такими, як "Moon Records", "Nova Records", "JRC" та "Artur Music". Така модель продюсерської діяльності й досі розповсюджена в країнах західної Європи та Америки. Але у зв'язку з технічною революцією та легкістю обміну інформацією та аудіо/відео матеріалами, яка спричинила різке скорочення продажу компакт-дисків на теренах СНД, співробітництво з рекординговими компаніями стало нерентабельним для українських продюсерів. Це означає, що продюсер (антрепренер) має власноруч відповідати за створення музичного продукту, у тому числі й звукозапису, з метою просування його на ринок шоу-бізнесу (ротації на радіо, телебаченні та в мережі інтернет) та отримання прибутку лише від концертної та гастрольної діяльності.

Одним з основних пунктів бізнес-плану сучасного українського продюсера є створення власної студії звукозапису. Це зумовлено тим, що ціни на студійні послуги на сучасному ринку є досить великими та мають тенденцію до зростання. Отже, поговоримо про варіант середньо-бюджетного створення та технічного оснащення звукозаписуючої студії. Розділимо його на три етапи.

### **Етап № 1. Підготування приміщення.**

Перше, на що потрібно звернути увагу – це правильний підбір приміщення. На жаль, більшість будинків в Україні мають бетонні перекриття, що значно підсилює акустичний резонанс приміщення. Слід знати, що студія звукозапису, як правило, має складатися мінімум з 2-х кімнат: апаратної (місця роботи звукорежисера) та тон-ательє (кімнати, де проводиться звукозапис). Для створення апаратної та тон-ательє ідеально підходить гостинна кімната 300 x 600 см, яку мають більшість житлових будинків радянських часів. Ділимо кімнату майже навпіл: Апаратна матиме розміри 300 x 350 см, тон-ательє – 300 x 225 см, товщина стіна між кімнатами складатиме приблизно 20-

25 см. Посередині стіни має бути розташоване вікно 60х80 см зі спеціальним вакуумним склопакетом. Як бюджетний варіант можна використовувати два звичайних двокамерних склопакети. Склопакет, розташований зі сторони тон-ательє слід встановлювати під нахилом вниз для того, щоб запобігти попаданню відбитого від скла звуку в мікрофон. Також слід обкладати стелю гіпсокартоном під нахилом так, щоб вона була не симетрична (як в апаратній, так і в тон-ательє (див. мал. 1).



*Малюнок 1. Стеля під нахилом*

Для звукоізоляції, як бюджетний варіант використаємо принцип "бутерброда": покладемо у декілька шарів спінений каучук або K-Flex (див. мал. 2), між шарами – гіпсокартон.



*Малюнок 2. K-Flex*

Так само слід зробити і з підлогою, але замість гіпсокартону використаємо панелі з дерев'яної стружки OSB. Як звукопоглинальний матеріал для обшивки стін доцільно використовувати спеціальний

очищений поролон, поверхня якого вкрита пухирцями або пірамідками (див. мал. 3)



*Малюнок 3. Звукопоглинальні матеріали*

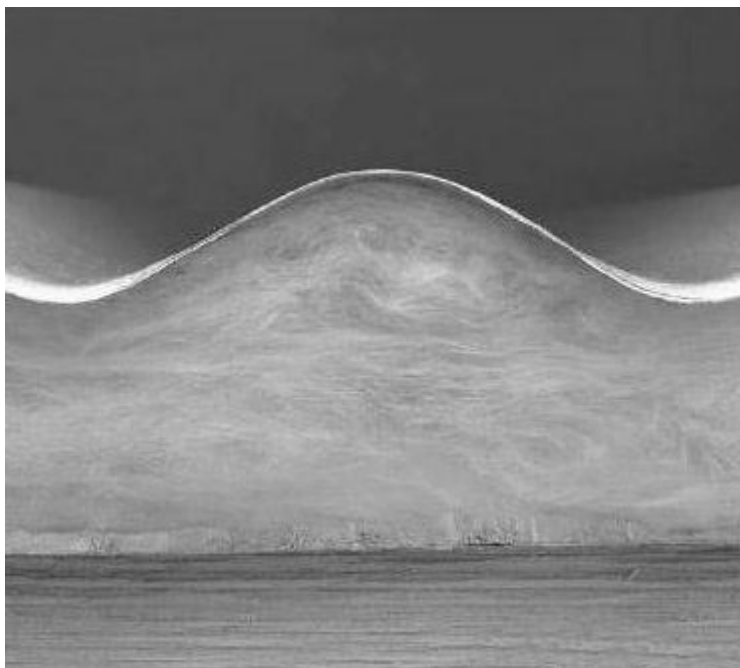
Як бюджетний варіант звукопоглинання використаємо звичайний товстий очищений поролон, обшитий зверху гобеленом, вельветом або велюром. На підлогу в обох кімнатах слід покласти звичайний або гумовий ковролін.

Стелю несиметрично обкладаємо спеціальними звукопоглинальними квадратами фірм "Vicoustic", "Auralex" тощо приблизно 60x60 см (див. мал. 4).



*Малюнок 4. Звукопоглинальний квадрат*

Як бюджетний матеріал можна використати квадрати зі звичайного поролону, поверхня якого має хвилявки або випуклості (див. мал. 5)



*Малюнок 5. Поролон із хвилястою поверхнею*

На вікнах мають бути повішені вельветові або велюрові штори. Двері як до апаратної, так і до тон-ательє мають бути подвійними, бажано з метало-пластикового профілю, але замість склопакету – сандвіч-панель. З внутрішньої сторони двері також слід обшивати шаром К-Флексу або ватину, зверху – велюр або вельвет. Також бажано, щоб кожна з кімнат мала свої окремі двері, але, якщо можливості зробити окремий вхід немає – можна зробити прохід безпосередньо між апаратною та тон-ательє. Після того, як приміщення підготовлено – слід звернути увагу, що все, що знаходитиметься в ньому має бути розташовано несиметрично.

#### **Етап № 2. Технічне оснащення.**

Основні технічні засоби на студії звукозапису:

1. Комп'ютер з достатньо великим масивом жорстких накопичувачів.

2. АЦП/ЦАП (AD/DA Converter) аналого-цифровий/цифро-аналоговий перетворювач сигналу або просто аудіо-інтерфейс. У народі цей пристрій часто називають "звукова карта". Одним з найякісніших аудіо інтерфейсів є RME – FireFace 800. Серед бюджетних варіантів ідеально підійдуть такі аудіо-інтерфейси як M-Audio Delta

1010, Echo AudioFire 8, Echo AudioFire 4, Native Instruments – AudioControl 1.



*Малюнок 6. Зовнішні аудіо-інтерфейси*

3. Студійні конденсаторні (транзисторні або лампові) мікрофони з великою мембраною та кардеоїдною характеристикою направленості. Одним з найкращих вважається Neumann U-87, як бюджетний варіант розглянемо транзисторний мікрофон Rode NT1a, як ламповий – Rode NTK Groove Tubes MD1b Tube. **УВАГА!!!** Не слід використовувати для запису вокалу або акустичних інструментів динамічні мікрофони.



*Малюнок 7. Мікрофони RODE NT1a і Groove Tubes MD1b Tube*

4. Якісні мікрофонні підсилювачі (преампи). Найяскравішими представниками є преампи від компаній AVALON, SPL та Universal Audio. Як бюджетний варіант розглянемо ламповий преампи ART

Pro Channel. Важливо зазначити, що саме цей пристрій – це не тільки підсилювач, в ньому поєднано цілих три пристрої: преамп, компресор та параметричний еквайзер.



*Малюнок 8. Студійний мікрофонний підсилювач / компресор / еквайзер ART Pro Channel*

5. Монітори. Для якісної та адекватної передачі звуку існують студійні моніторні динаміки. Розрізняють 3 види студійних моніторів: Ближнього, середнього і дальнього поля. Одними з найкращих представників є монітори середнього поля DynAudio BM-15a, як бюджетний варіант розглянемо монітори Yamaha HS-80m, M-Audio BX-8a KRK rp8.



*Малюнок 9. Монітори DynAudio BM-15a*



*Малюнок 10. Студійний монітор KRK Rp8*

Також слід зазначити, що для написання музики та перевірки якості звуку в домашніх умовах ідеально підходить акустична система 2,0 SVEN BF-111.



*Малюнок 11. Акустична система 2,0 SVEN BF-111*

Для технічного оснащення студії необхідні процесори ефектів, мікшерні пульти, синтезатори звуку, драм-машини, семплери та якісна комутація. Детальну інформацію, щодо всіх студійних приладів можна легко знайти в мережі інтернет.

### **Етап № 3. Програмне забезпечення.**

У наш час усі програми для запису звуку та створення музики базуються на 2-х платформах: "PC" (використовує операційну систему Windows) та менш розповсюджений "Macintosh" (використовує операційну систему Mac OS).

Отже, розглянемо найбільш популярне програмне забезпечення для звукозапису та створення музики.

1. Секвенсер (програма для багатоканального запису). Існує два найкращих види секвенсерів: Steinberg "Cubase" та "Logic", багато студій також використовують для зведення та мастерінгу секвенсер "ProTools". Також існують секвенсери спрощеного рівня, такі як "Fruity Loops (LF Studio)", "Reason" та "Acid". Менш популярним, але досить функціональним є секвенсер від SONAR від компанії "Cakewalk". Для тих, хто займається ді-джеїнгом, існує спеціальний секвенсер, призначений саме для живих виступів "Ableton Live". Багато хто з починаючих вважає, що на цій програмі також можливо створювати якісну електронну музику, тому що в "Ableton Live" є можливість завантажувати аудіо-файли, семпли, ефекти та віртуальні синтезатори для того, щоб доповнювати та прикрашати свій сет під час живого виступу.

2. ПЛАГ-ІНИ (Plug-in або программа в програмі). Плаг-інами називаються усі віртуальні інструменти, синтезатори, ефекти, динамічна обробка та все, що ми відвантажуюмо в наш секвенсер під час створення музики, запису, зведення або мастерінгу. Слід зазначити, що різні секвенсери використовують різні типи плаг-інів. Так, найбільш розповсюдженими є плаг-іни типу VST (використовують секвенсери "Cubase", "Sonar" та "FL Studio". Плаг-іни типу RTAs використовує секвенсер "ProTools". Плаг-іни типу AU використовує секвенсер "Logic". Плаг-іни типа DirectX (DXi) використовує секвенсер "Reason".

Серед всіх плаг-інів ми виділяємо:

*Віртуальні інструменти та синтезатори звуку.* Найбільш популярними серед них є синтезатори "Sylenth1", "Z3ta+", "Zebra", "Massive 2", "Gladiator" тощо, а також інструменти/семплери, серед них найпопулярнішими є "Kontakt 4", "Battery 3", "EZdrummer", а також емулятор концертного роялю "The Grand 2". Для семплери "Kontakt 4" існує дуже багато різноманітних банків звуків, в тому числі й найбільш розповсюджена база звуків, знятих з живих інструментів симфонічного оркестру "Vienna".

*Динамічна обробка звуку.* Серед основних засобів динамічної обробки звуку ми виділяємо:

1). Equalizer (EQ) – засіб для частотної корекції звуку з метою запобігання частотного конфлікту.

2). Compressor – засіб для вирівнювання гучності та динаміки звуку по принципу (стискання гучних та підсилення тихих моментів звукової доріжки). Найбільш сильно та агресивно компресія використовується на радіо та телебаченні. Якщо уважно прослухати рекламні ролики, то досить відчутно, що голос лунає рівно та стиснуто.

3). Limiter використовується для зрізання піків (особливо на високих частотах), а також для підсилення загального рівня гучності на вихідному каналі.

4). Exciter використовується для підсилення високочастотних гармонік або обертонів.

5). DeEsser використовується для зрізу або згладжування сильно виділених у голосі виконавці шиплячих "С" та "Ш".

6). Gate Expander використовується для запобігання попадання в запис зайвих звуків та шуму.

7). Filter використовується для екстремального зрізу (фільтрації) низьких або високих частот.

8). Спектроаналізатор використовується для індикації спектру сигналу.

Серед найпопулярніших плаг-інів динамічної обробки звуку можна виділити: набір плаг-інів Waves 5 Mercury Bundle, пакет плаг-інів Sonalksis, набір плаг-інів від Meldaproductio, еквалайзер Fabfilter Pro q, компресор Sonnox – Oxford Dynamics Native, а також дуже популярний універсальний плаг-ін для динамічної корекції та мастерінгу "Izotope Ozone 4". Також існує спеціальний набір плаг-інів динамічної обробки, емулюючий звук лампових пристроїв динамічної обробки від компанії SPL – SPL Analog.

*Ефекти та вимірювачі рівню сигналу.* З дуже великої кількості різноманітних плаг-інів ефектів можна виділити: 1). набір ефектів компанії Sugar Bytes; 2). пакет ефектів від компанії AudioDamage; 3). плаг-ін LiveCut; 4). ефекти з набору плаг-інів Waves 5 Mercury Bundle. Також для адекватного вистроювання рівня загальної гучності запису RMS слід застосовувати спеціальний плаг-ін TT-Dynamic Range Meter або PAZ Meters з набору плаг-інів Waves 5.

Створення власної студії значно прискорює оперативність створення музичного продукту та зекономить час і гроші продюсера.

# МАТЕРІАЛИ КРУГЛОГО СТОЛУ

*Афоніна Олена Сталівна*

*Україна, м. Київ*

## Ф. ШОПЕН: ТРАНСКРИПЦІЇ СУЧАСНОСТІ

Для того, щоб талант молодого композитора розвивався, йому необхідна підтримка особливо на початковому етапі роботи, що стає центром уваги і роботи музичного продюсера. Для композиторів, які працюють в галузі академічної музики і наважуються вступити в сучасний музичний світ, потрібна незвичайна сміливість. Організатори, виконавці і одночасно композитори ансамблю "Nostri Temporis" не тільки відстоюють своє право на вільну творчість, а й створюють заходи для підтримки своїх колег в Україні та поза її межами.

У перекладі з латини "nostri temporis" означає "нашого часу". Ансамбль з такою назвою був створений навесні 2007 року київськими композиторами і виконавцями Максимом Коломійцем і Олексієм Шмураком. Учасниками ансамблю стали студенти і випускники Національної музичної академії України ім. П.І. Чайковського. Усі представники колективу є лауреатами всеукраїнських та міжнародних музичних конкурсів, учасниками європейських фестивалів, музичних Академій і майстер-класів. Колектив виконує музику XX – XXI століть, приймає участь у концертах і фестивалях: "Музичні прем'єри сезону" (Київ), Міжнародному форумі "Музика молодих" (Київ), "Music Marine Fest" (Одеса), "Kiev Music Fest" (Київ), "Діалоги" (Мінськ), "Жінки в музиці" (Київ).

Місією культурної дипломатії Польського Інституту в Україні є проведення заходів з українськими композиторами, наприклад, проект "Між словом і звуком". У 2007 – 2008 рр. Польський Інститут у Києві виступив з ініціативою щодо написання музичних композицій на тексти польських поетів. Українські композитори на замовлення польської сторони написали оркестрові твори, інспіровані польською поезією. Опуси українських авторів виконувалися польськими музикантами.

У 2009 році був підготовлений спільний проект між українськими та польськими композиторами. Ансамбль "Nostri Temporis" виступив з ініціативою написання композиторами з України і Польщі інструментальних мініатюр для камерного ансамблю. Голо-

вною метою ініціативи стала ідея презентації цих творів на українських концертних майданчиках у програмі під назвою 3/5 – "короткий метр" в музиці молодих композиторів України і Польщі. Неординарність задуму та певна символічність назви проекту полягають у завданні, яке поставив Ансамбль як перед композиторами, так і перед собою, а саме: композиторам пропонувало втілити в інструментальних мініатюрах (склад – тріо, тривалість – п'ять хвилин) квінтесенцію їхнього теперішнього творчого "місцезнаходження".

У 2010 році за підтримки Польського Інституту (Київ), Мистецького Об'єднання "Дзига" (Львів), Львівської обласної філармонії, Тернопільського обласного державного музичного училища ім. С. Крушельницької, Національної спілки композиторів України з нагоди святкування 200-ліття від дня народження Ф. Шопена учасники ансамблю "Nostri Temporis" розробили проект "Шопен: транскрипції нашого часу". До проекту були залучені двадцять чотири молоді композитори з Польщі, України, Білорусі та Росії, які написали спеціально для ансамблю з п'яти виконавців авторські транскрипції фортепіанних прелюдій з циклу Ф. Шопена "24 Прелюдії" ор. 28. В результаті творчої співпраці виник колективний цикл оригінальної музики. Поєднання прелюдій із циклу Ф. Шопена і сучасного авторського бачення музики XIX століття, витонченості і сміливості вдало, а іноді не достатньо коректно, віддзеркалило новітні пошуки краси і гармонії.

Якщо в XIX столітті композиторська техніка Ф. Шопена сприймалась як нетрадиційна і багато в чому відступала від прийнятих в його епоху правил і прийомів, то в XXI столітті його музика є зразком класично-романтичної традиції. У свої часи Ф. Шопен був новатором і одним із перших привніс у західну музику невідомі їй доти слов'янські ладові та інтонаційні елементи, підірвав непорушність класичної ладо-гармонічної системи, яка склалася до кінця XVIII століття. Використовуючи формули польських танців, Ф. Шопен збагатив західну музику новими ритмічними малюнками, розробив суто індивідуальні, лаконічні, замкнуті в собі музичні форми, які найкращим чином відповідали природі його такої ж самотньої мелодичної, гармонічної, ритмічної мови.

Молоді композитори не порушили постмодернної традиції. За словами О. Шмурака, основною умовою транскрипцій шопенівських прелюдій було збереження загального хронометражу і тонікальності. Твори були перекладені для інструментального квінтету (скрипка, ві-

олончель, гобой, флейта, фортепіано). Молоді композитори використали сонористичну техніку, алеаторичні прийоми, ввели шумові звучання. Окремі транскрипції вразили слухачів своєю відвертістю (Георгій Дорохов, Максим Коломієць, Марина Полеухіна). Авангардним, але все ж романтизмом були пронизані опуси-транскрипції Костянтина Яськова, Олени Ільницької, Остапа Мануляка, Олексія Войтенка. Прелюдія із назвою "Шопен і Я" закінчила сучасний опус оригінальним цитуванням тексту Шопена і відповідями Олега Безбородька.

Концерти проекту пройшли у Львові, Тернополі і Києві, показавши публіці, що джерелом натхнення можуть бути твори композиторів попередніх часів. Крім того, музичні продюсери мають зберігати принципи успішно проведеного заходу: інтрига у змісті, експеримент у реалізації, вдало розміщена реклама тощо.

*Бабич Еліна Анатоліївна  
Україна, м. Київ*

## **МУЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ КОЖНОЇ ДИТИНИ – ПОТРЕБА СЬОГОДЕННЯ**

Навчаючись на курсах професора консерваторії, музикотерапевта Г.І. Побережної, я поглибилась більш детально в музикотерапевтичну і психологічну літературу. Аналізуючи власний педагогічний досвід (викладач фортепіано зі стажем 30 років) і досвід моїх колег, прийшла до розуміння, що в наш, такий напружений, стресовий вік, перенасичений штучними досягненнями майже у всіх областях розвитку цивілізації, музичне виховання займає одне з доступніших, природних і важливіших місць в здоровому, повноцінному розвитку дитини. "Музичне виховання кожної дитини – потреба сьогодення" – тема доповіді, з якою я виступала на Всеукраїнській конференції "Музичне мистецтво і освіта ХХІ століття: теорія і практика" 14 травня 2008 року в ДАКККиМ. Я твердо стою на цій позиції. Займаюсь з усіма дітьми, які приходять в музичну школу – здібними і малоздібними. Бачу свою задачу насамперед в особистістному розвитку дитини. Ми багато співаємо, особливо в молодших класах – головне, щоб учень навчився слухати і старався чисто повторити звук (в основному це українські і російські народні пісні), багато слухаємо музики, говоримо про її характер, настрій, відмінні особливості. Особливу увагу

приділяю підбору по слуху – хоча, як правило, діти спочатку бояться цієї роботи, але потім дуже задоволені. Звичайно, що необхідно давати учням і гами, і етюди, і поліфонію, і крупну форму – головне, щоб вони розуміли, для чого все це вивчається і знаходили, кожен для себе, щось цікаве й корисне. До всіх цих вимог треба підходити дуже гнучко і індивідуально. Найголовніше, на мою думку – добрий контакт з батьками, щоб насамперед вони розуміли важливість і користь музичного розвитку дітей. Іноді приходится проводити роз'яснювальну роботу саме з батьками.

Я українка російськомовна, володію двома мовами, і на уроках ми також говоримо двома мовами. Я вважаю, що вчитель повинен нести дітям вогник любові до рідної мови. У всі віки становлення молоді людини було, є і буде – складним психологічним періодом. Тому дуже добре, якщо вчитель музики для учня стає добрим другом, наставником, а музика – теплим сонячним сяйвом, свіжим повітрям і розрадою в любих життєвих ситуаціях. Звичайно, все це не легко, але результат – вихована, розвинена, творча особистість – того вартий!

Хочу поділитися своїми думками, своїми спогадами з дитинства. Я свято вірю, що все починається з дитинства, що основи майбутнього дорослого життя закладаються саме в цей період. Це особлива пора в житті кожної людини. Дуже важливо, щоб малеча зростала серед краси рідної природи і національного побуту, тому, що вони мають свою особливу музику, а це і буде тим міцним фундаментом для подальшого професійного музичного виховання.

Україно моя, рідна моя Україна! Як я люблю тебе, як я пишаюся тобою! Яка ти гарна, квітуча й родюча! Я люблю твої ліси, твої лани, озера і річки, твої поля, сади й городи. Які ж гарні наші українські села – хатинки чистенькі, біленькі утопають в різнобарвних кольорах різних квітів і плодючих дерев. Наші села – це серце нашої землі, нашої неньки – України. На кожному подвір'ї живуть ластівки, вони "гніздечко звили в стрісі" (кажуть, що тільки до добрих людей ластівки поселяються). А яке там п'янке, чисте і навіть дзвінке і солодке повітря! Навкруги трави зелені, соковиті, пахучі – яких тільки квітів в них немає, всіх кольорів і відтінків. А корівки пасуться на тих травах і молочко тоді парне – тепленьке і дуже смачне. По сільським доріжкам крокують: і курочки з курчатками, і гусочки з гусенятками, і качечки з каченятками, і кізоньки з козенятками, і корівки з телятками, і конячки з лошатками. Які ж вони всі кумедні і гарні. Ніколи не забуду, коли я маленькою дівчинкою була у бабусі на літніх канікулах, у

нашої корівки народилося телятко. Бабуся Катерина забрала його до хати і воно, мов іграшкове – коричневе, як шоколадне, з кучерявенькою шерсткою, з мокрим блискучим гладеньким носиком і розовим дуже шершавим язичком – було декілька днів для нас дітлахів живою демонстрацією чудесної матінки – природи, "живою іграшкою". А скільки пасік в полях, лугах, лісосмугах і садках. Маленьким трудівникам – бджілкам є де працювати. Пригадую як я ходила в маленьку сосну (зараз це вже сосни – велетні) по маслячки. Виходжу на галявинку, все омите ранішньою росою – зелена м'яка травичка в перемішку з ромашками біленькими, дзвіночками голубенькими, гвоздичками рожевенькими і ще багато – багато різних квітів. І всі вони чисті, яскраві, п'янки, соковиті, гарні, залиті яскравим сонечком так і приваблюють бджілок, метеликів, жучків. І в повітрі ллється музика від їх спільної праці. Боже, яка ж це краса!

А яке небо над тобою, ненько моя, Україна? Це така голуби́нь, така різнобарвна палітра... А як зачаровано співають солов'ї і інші наші пернаті мешканці. Тільки ставай і малюй, або ж фотографуй; ставай і слухай і складай слова і музику – "Зупинися, мить – ти прекрасна!". Україна, ти красуня! Хіба ж можна тебе не любити?!

А дійсно, хіба ж можна не любити таку красу, що зараз, куди не глянеш – звалища сміття і бруду, від яких стогне і задихається наша земля?

Занепадають українські села, втрачається зв'язок прийдешніх поколінь зі своїм корінням, зі справжніми, дійсними соками своєї матінки – землі, які повинні наповнювати і збагачувати їхні душі і серця. Тому занепадають молоді українські душі, вони заливаються брудним потоком низькоякісної, отравлюючої, різношерстної реклами. Сучасній молодій людині іноді дуже важко розібратися – що добре, а що погано. Я впевнена, якщо діти, онуки, правнуки виховуються в оточенні такої простої і разом з тим божественної, природної, справжньої краси рідної землі – вони будуть міцно стояти на землі і матимуть в душі істинні цінності і пріоритети; будуть талановитими, достойними, гарними і творчими особистостями. Вони будуть говорити своєю рідною мовою, співати свої рідні народні пісні, танцювати свої національні таночки, любитимуть національні одежі своїх пращурів. Разом з тим вони будуть дуже шанобливо ставитись до представників інших народів і національностей, будуть поважати їх коріння, їх культурні обряди і звичаї.

Україна, так хочеться щоб ти розквітала духовністю і мудрістю в прийдешніх поколіннях! Я дуже в це вірю, тому і написала пісню "Я так хочу!":

На світанку, я так хочу,  
Щоб сміялись дитячі очі,  
Щоби сонечко світило у вікно,  
І теплом нас зігрівало,  
І любов нам дарувало,  
І промінням нас єднало,  
мов крилом.

Приспів:  
У цілім світі діти мов квіти  
На радість мамам собі ростуть,  
І на нашій планеті тільки  
щастя й надія,  
Тільки творчість і мудрість  
Щедрим вінком розцвітуть.

В Україні, я так хочу,  
Тихі, зоряні ночі,  
Добрі і щасливі очі у дітей.  
Україна розквітає  
І добробут здобуває,  
І культуру, і духовність  
для людей.

Приспів:  
У цілім світі діти мов квіти  
На радість мамам собі ростуть,  
І на нашій планеті тільки  
щастя й надія,  
Тільки творчість і мудрість  
Щедрим вінком розцвітуть.

*Бондаренко Андрій Ігорович*  
*Україна, м. Київ*

## **ОПЕРНА КЛАСИКА В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ: СТАНОВЛЕННЯ, ЗАНЕПАД І ВІДРОДЖЕННЯ ТРАДИЦІЇ**

Будучи синкретичним жанром, опера передбачає передачу змісту засобами різних мистецтв у нерозривній єдності – музичного, сценічного і мистецтво слова. Якщо музична мова виглядає інтернаціональною, її розуміння здебільшого не залежить від національної приналежності слухача, то літературні мови розділяють світовий простір на окремі комунікативні простори, будь-яка мова зрозуміла лише представникам народу, що нею послугується, і незрозуміла (за певними виключеннями) представникам інших народів.

Якщо література, як мистецтво, успішно вирішує проблему свого розповсюдження традиціями перекладу, то вокальна музика залишає традиційними два способи її виконання – мовою автора та мовою слухачів. В першому випадку виграє фонетична сторона твору, однак втрачається сторона семантична, тоді як в другому – навпаки, видозмінюється фонетична але зберігається семантична [1]. Історія опери засвідчила приклади, коли композитори особисто віддавали перевагу семантичній стороні своїх творів. Так, наприклад, 1877 року Р. Вагнер писав австралійцеві Е. Сандерові з приводу постановки "Лоенгріна": "Я сподіваюся, Ви побачите всі мої твори у виконанні англійською, бо тільки так їх зможе близько зрозуміти англомова публіка".

В Україні традиція оперних вистав українською мовою була започаткована в 1920-х роках за радянської влади. В одному з приватних листів від 1926 року оперний тенор Л. Собінов залишив такий спогад: "Почти весь сезон пропел на Украине и пел по-украински. Представьте: звучит поетично, красиво и легко" [2]. Протягом кількох десятиліть українською мовою у вітчизняних театрах ставились опери в перекладах М. Рильського ("Севільський цирульник", "Кармен", "Травіата", "Євгеній Онєгін"), М. Лукаша ("Дон Жуан", "Люція"), Бориса Тена ("Бал-маскарад", "Орфей" К. Глюка), П. Тичини ("Лоенгрін"), І. Кочерги ("Фауст"). В українському перекладі М. Бажана здійснювалася постановка "Катерини Ізмайлова" Д. Шостаковича в 1965 році, принісши її авторові і постановочній групі Шевченківську премію.

У 1970-х роках розквіт україномовної опери змінюється її занепадом. 1978 року за "разовим дозволом" у Києві було поставлено "Пікову даму" П. Чайковського, після чого упродовж кількох років усі російськомовні опери почали ставити мовою оригіналу. Із здобуттям Україною незалежності вітчизняні театри поступово відмовляються виконувати українською також і західні опери.

Попри це, українські митці докладають зусиль до відродження традиції україномовних перекладів. Так, Максим Стріха протягом останніх років здійснив переклади українською двох опер Д. Бортнянського "Сокил", "Алкід", опери Дж. Перголезі "Служниця Пані". Ці опери були поставлені силами Товариства камерної опери на чолі з Наталією Свириденко. Актуальним лишається і питання видання оперних клавирів – якщо російськомовні переклади в радянські часи випускалися у значних кількостях, то українські музиканти не мали можливості вивчати оперні клавирі рідною мовою. Заповнити цю прогалину покликаний проект "Світова класика українською", запропонований нами до уваги організації "Вікімедіа Україна".

### ***Використані джерела:***

1. Гінзбург Г. Вокальні переклади лібретних текстів як елемент мистецької історії України // Українська культура: Проблеми і перспективи. – Харків, 2004. – С. 81-86.

2. Стріха М. Українська мова в класичних операх – чи можливе повернення? – День. – 2011. – 9 вересня.

*Данілова Лариса Анатоліївна,  
Івженко Тетяна Володимирівна  
Україна, м. Київ*

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРОВЕДЕННЯ КОНКУРСІВ КЛАСИЧНОЇ МУЗИКИ**

У ХХІ сторіччі конкурси класичної музики відіграють все більш важливу роль в розвитку та становленні молодих виконавців. Участь у конкурсах надає молоді можливість виявлення свого артистичного потенціалу і перевірки відповідності свого виконавського рівня світовим конкурсним стандартам. Період підготовки до конкурсу потребує від виконавців великої старанності та дисципліни, що є важливими чинниками музичного виховання. З раннього віку молоді талановиті музиканти знаходяться під тиском жорстокої конкуренції на всіх рівнях: місцевому, національному та міжнародному. Але участь у конкурсі – це не тільки перспектива отримання, визнання та популярності, це також своєрідний процес світового виконавського досвіду, що дає можливість для обміну і критичного порівняння різних виконавських шкіл та мистецьких інтерпретацій.

Не менш важливим є і те, що під час конкурсу молоді музиканти розширюють свій репертуар, знайомлячись з сучасною музикою, зокрема з творами композиторів країн-учасниць. Ще один не менш важливий аспект – соціальний: спілкування та взаємодія учасників конкурсу, членів журі, творчої спільноти. Конкурси розкривають творчий потенціал країни-учасника, а також і те, як держава виконує свої законодавчі та моральні обов'язки у справі виявлення та розвитку талановитої молоді.

З іншого боку, конкурсні перегони стають неабияким психологічним іспитом для учасника і потребують попередньої психологічної підготовки. Викладач, який готує конкурсанта, стає його своєрідним продюсером, який повинен дбайливо ставитися до психіки молодого дарування, не перевантажувати учасника нескінченними репетиціями, коригувати його щоденний розклад, забезпечувати моральну підтримку, особливо на передодні конкурсних виступів. Наявність продюсерського таланту викладача особливо важливо у виборі конкурсного змагання для свого підопічного, адже необхідно детально вивчити і проаналізувати правила, критерії, вимоги та положення багатьох конкурсів. Необхідно дослідити, які саме змагання найкраще підій-

дуть вихованцю, його професійному рівню, досвіду, щоб покращити його кар'єру в Музиці.

Віддаючи належне конкурсним змаганням, не можна замовчувати їх негативні сторони. Не існує вимірів талановитості, а тому і відсутні гарантії об'єктивності у світі Мистецтва. На жаль, це стає вирішальним фактором для корупції, наслідком якої є несправедливі результати конкурсних змагань. Завдяки цьому багато талановитих виконавців отримують моральні травми, особливо це стосується молодих недосвідчених конкурсантів.

За висновками Майкла Джонсона, у минулому члена ради Лондонського конкурсу піаністів, концепції конкурсних змагань повинні бути взагалі критично переоцінені. Джонсон стверджує, що конкурси витрачаючи час та значні кошти виконавців, які могли б зробити набагато більше ніж готуючи конкретний репертуар під конкретні змагання, у своєму бажанні догодити вузьким вимогам журі вимушені сплачувати за майстер-класи суддям конкурсу, щоб зростити свій шанс на перемогу, що у свою чергу призводить до корумпованості. Наразі, на думку М. Джонсона, створюється парадоксальна ситуація, коли майбутнє класичної музики повністю контролюється суддями, які не тільки можуть бути заангажовані, але які здебільшого самі не є артистами-виконавцями.

Ще один фактор на який не можна не зважати: у світі існує біля 750 міжнародних конкурсів класичної музики і виграти один з них – не значить зробити блискавичну кар'єру виконавця. Більшості необхідно шукати альтернативні шляхи, щоб стати всесвітньовідомими. Так, наприклад, італійський піаніст Роберт Проседа здобув популярності, виконуючи маловідомі твори Мендельсона.

На своєму інтернет-сайті відомий піаніст Глен Гульд зазначає, що у суспільстві одержимому славою, грошима, необхідністю мати високий статус, велика кількість молодих виконавців, навіть ті, хто і талантом особливим не наділений, втягнуті "...в цей безглуздий і жорстокий, духовно руйнівний світ музичних конкурсів". Маєстро навіть призвав молодих виконавців триматися подалі від них. Піаніст радить зберегти свій час та кошти "...і поринути у Музику заради Музики".

Але незважаючи на все, переваги музичних конкурсів перевищують всі недоліки. Крім зазначених на початку статті позитивних моментів, для молодого музиканта перемога в конкурсному змаганні може стати могутнім імпульсом у виконавській кар'єрі. Конкурси, особливо міжнародні, пропонують різноманітні призові пакети і ма-

ють великий потенціал для переможця. Це і грошові премії, які виконавець може витратити на удосконалення своєї професійної майстерності, унікальні музичні інструменти, записи на радіо і телебаченні, випуск CD-дисків, підписання контрактів на концертну діяльність.

Отже, якщо у потенційного конкурсанта є видатні музичні здібності, то його успіх залежить від особливостей конкурсних вимог, а значить від вміння викладача, його продюсерських здібностей знайти необхідне змагання, яке найбільше б відповідало професійному рівню свого вихованця, оптимально організувати необхідну професійну підготовку та зробити найбільш комфортними умови перебування під час конкурсу.

*Жуковська Тетяна Іванівна*  
*Україна, м. Київ*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ВИКОНАВСЬКОГО СТИЛЮ**

У музикознавстві та музичній критиці стиль – одна з найбільш уживаніших категорій, проте, не дивлячись на це, досі не існує універсального визначення, яке б задовольнило всіх науковців. Занадто широке коло питань охоплює це поняття. Слово "стиль" відноситься до таких, про які ще Гете писав: "усякий вживає їх в особливому смислі і розуміє під ними те чи інше, дивлячись по тому, наскільки він оволодів цим поняттям, яким виражається" [2, 12].

Подібно будь-якому явищу, поняття стилю можна розглядати під різними кутами зору, у різних аспектах. Значною мірою багатозначність даного поняття пояснюється тим, що слово "стиль" належить до числа тих наукових термінів, які не є монополією однієї науки. У кожній з наук поняття стилю набуло особливого значення – в залежності від свого предмета. В основі поняття стилю лежить існування у ряду явищ якихось спільних рис і разом з тим – своєрідності.

Особливим аспектом прояву стилю є також виконавське мистецтво. Категорія виконавського стилю значно менше опрацьована теоретичним музикознавством порівняно з композиторським стилем. Цілісна концепція музичного стилю, у тому вигляді в якому вона складалась, існує як концепція стилю, насамперед, композиторського. Більшість досліджень, які стосуються вивчення явища виконавського стилю, пронизані ідеєю залежності виконавського стилю від стилю композиторського.

Перше узагальнення та визначення даного поняття ми можемо знайти у праці Олександра Соколова "Теорія стилю". Автор визначає стиль як художню закономірність творчості композитора чи групи композиторів, яка позначена ідейно-смісловою спрямованістю та обумовлена системою функціональних зв'язків між змістом творів, їх формою та характерними для композитора засобами музичної виразності, композиційними прийомами, жанровими особливостями. "Де немає художнього закону чи закономірності – нема й стилю" [5, 40].

Серед фундаментальних робіт, присвячених теорії музичного стилю – монографія С. Скребкова. Стиль в музиці дослідник називає "вищим видом художньої єдності".

Концепція музичного стилю, запропонована М. Михайловим у праці "Стиль в музиці", базується на теорії музичної інтонації Б. Асаф'єва. Виходячи з визначення музичного стилю М. Михайлова, "стиль є узагальненим явищем, що існує об'єктивно в індивідуальній та колективній свідомості як наслідок практичного життєвого досвіду у вигляді повторного слухового сприйняття певної множини конкретних творів" [4, 157].

Серед сучасних досліджень в області музичного стилю особливої уваги заслуговує праця "Музична форма від звуку до стилю" українського музикознавця Сергія Шипа. Музичним стилем Шип називає "системну єдність формальних засобів та творчих прийомів, що природно виникають на основі певних потреб художньо-образного вираження" [7, 323]. Розглядаючи музичний стиль та його основні категорії, автор пропонує систематизацію стилів, оснований на визначенні основ їхнього виникнення. Такими основами, на його думку, є цілісність особистості, єдність етносу, історичну спільність людей і єдність галузі культурної практики. Відповідно трьох перших основ С. Шип визначає та характеризує персональні, етнічні та історичні стилі.

Найбільший інтерес для нас представляють саме персональні стилі, оскільки саме з їх основою – цілісністю особистості, пов'язаний індивідуальний стиль виконавця і композитора. С. Шип називає персональним стилем "стиль музичної діяльності (музичної творчості, музичного мислення), властивий окремій людській особистості" [7, 325]. Як бачимо дане визначення можна рівноправно застосовувати як до композиторської діяльності, так і виконавської.

За останні роки в українському музикознавстві з'явився цілий ряд робіт, присвячених питанням творчості музиканта-виконавця. Це праці В. Москаленка, О. Бенч, Т. Рощиної, Л. Касьяненка, О. Катрич

та ін. Однак наразі проблема музично-виконавської типології залишається мало висвітленою. Дослідниця проблеми виконавського стилю Ольга Катрич акцентує увагу на тому, що найбільш відомим визначенням музичного стилю притаманний "...той високий рівень абстракції, який забезпечує їх функціональність принаймні на двох зрізах стильової концентричності – стиль композиторський, стиль виконавський" [3, 19]. З цим неможливо не погодитись. Виходячи з думки про спільність законів художнього мислення, можна розглядати здобутки теорії композиторського стилю як фундамент в опрацюванні основних підходів дослідження стилю музиканта-виконавця. О. Катрич вірно зазначає, що врахування "...нерозривної пов'язаності творення і відтворення в музиці відкриває нові можливості в аспекті аналізу.... Аналізуючи композиторський стиль, ми здійснюємо це різними способами, але завжди через музичні твори. Аналогічно, розмірковуючи над виконавським стилем, ми звертаємось до інтерпретацій: обраних виконавцем окремих музичних творів" [3, 24]. Тобто вияв і композиторського стилю, і виконавського відбувається завжди на рівні музичного твору.

Окрему групу факторів персонального (індивідуального) стилю складають індивідуально-типологічні особливості. Серед небагатьох робіт, присвячених індивідуальному стилю виконавця можна зустріти такі, у яких висвітлено саме психологічний аспект цієї діяльності. До таких праць належить дисертаційне дослідження Владислави Білоус. Під індивідуальним стилем діяльності вона розуміє "...практичні функції психологічної структури особистості музиканта, що проявляються при виконанні певного творчого завдання" [1, 255], відносячи до цієї структури здібності, характер і темперамент.

Дійсно, музиканта формує складний комплекс явищ, серед яких, поряд з оточуючою дійсністю, вагому роль відіграє його характер, темперамент та нервово-психічна організація. Проте ствердження про темпераментну природу того чи іншого індивідуального стилю вимагають великої обережності. Можна беззастережно говорити лише про певне домінування рис одного з типів темпераменту.

Теорія музичного виконавства налічує декілька спроб систематизації виконавських явищ за типологічними ознаками. Так, в основу класифікації музично-виконавських типів Л. Рабиновича покладено принцип різноманіття типів темпераменту. Типологія Е. Фішера здійснена за принципом диференціації фізичної конституції музикантів-виконавців: автентичний, пікнічний, атлетичний. К. Мартінсен аналізує виконавські типи з точки зору специфіки звукотворчої волі виконавців, яку, на його думку, визначають особливості психічної конституції.

Стосовно цієї проблеми О. Катрич зазначає, що перелічені вище класифікації Л. Рабиновича, Е. Фішера "...висвітлюють суттєві, проте лише окремі прояви типологічних закономірностей музично-виконавської творчості. Звідси випливає необхідність опрацювання об'ємніших за змістом понять, які би вміщували в свій смисловий обсяг загальніші закономірності художнього мислення. В естетиці таким поняттям є "тип творчості" [3, 8]. У своєму дисертаційному дослідженні О. Катрич пропонує використовувати поняття "музично-виконавського архетипу", як найбільш загального типу музично-виконавського мислення. Термінологічній номінації цих архетипів найкраще, на її думку, відповідають поняття "діонісійського" та "аполонічного" начал, які Ф. Ніцше використовує в своїй роботі "Народження трагедії з духу музики" для характеристики двох протилежних за сутністю витоків розвитку мистецтва.

Виконавство – особливий вид діяльності. Воно забезпечує реальність існування музичного твору, яка завжди пов'язана з процесом інтонування. Живе інтонування твору по суті і є його інтерпретація. Те, що і як інтерпретує виконавець, визначає його стиль.

В одній зі своїх статей сучасна дослідниця Ірина Сухленко визначає складові виконавського стилю. Особливості індивідуального стилю виконавця, на її думку, "визначаються особистісними якостями артиста (інтелектом, темпераментом, досвідом, волею та ін.), направленими на розкриття змісту музики і визначаючими виконавський тип; опорою на ті чи інші традиції інтонування, що йдуть з глибини часів, чи на ті, які оточують виконавця сьогодні; ставленням до аутентичного нотного запису; трактовкою інструменту" [6, 242].

Зроблений вище аналіз показує, що проблема індивідуального стилю носить досить різноаспектний характер вивчення, оскільки висвітлюється науковцями з різних позицій. Кожен з них виділяє у своїй теорії відповідний провідний фактор у творенні концепції індивідуального стилю музиканта. Проте слід пам'ятати доречний вираз Ж. Бюфона: "людина – це стиль". Як доводять дослідники, всі перелічені особистісні якості та фактори дійсно впливають на індивідуальний стиль діяльності виконавця, тому можна дійти висновку, що все, що є в людині, всі її індивідуальні ознаки музиканта (його психологічні особливості, фізіологія, вік, світосприйняття, професійні якості, оточуюче середовище тощо) формують його індивідуальний стиль виконання.

Таким чином, саме різноаспектність та багатосторонність, яка спостерігається у вивченні даної проблеми, уможлиблює і потребує,

на нашу думку, більш загального формулювання, більш ємкого визначення поняття індивідуального стилю, яке дозволить об'єднати в собі всі ті складові, що формують виконавський стиль.

Отже, індивідуальний стиль виконавця – це складне багатогранне явище, що формується комплексом психологічних, фізіологічних, особистісних та професійних якостей музиканта, які, в свою чергу, визначають основні тенденції у інтерпретуванні музичних творів відповідно до їхнього художньо-образного змісту.

### ***Використані джерела:***

1. Білоус В.П. Психологічні аспекти формування виконавської художньої майстерності: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.03 / Білоус Владислава Павлівна. – К., 2005. – 194 с.
2. Гете И.В. Статьи и мысли об искусстве / И.В. Гете. – М.-Л. : Искусство, 1936. – 412 с.
3. Катрич О.Т. Індивідуальний стиль музиканта-виконавця: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.03 / Катрич Ольга Тарасівна. – К., 2000. – 173 с.
4. Михайлов М. Стиль в музыке / М. Михайлов. – Л.: Музыка, 1981. – 260 с.
5. Соколов А.Н. Теория стиля / А.Н. Соколов. – М.: Искусство, 1968. – 223 с.
6. Сухленко И. Характерные черты личности Глена Гульда как основа его исполнительского стиля / Ирина Сухленко // Науковий вісник НМАУ ім. П.І. Чайковського. – К., 2004.– Вип. 37.– С. 241–249.
7. Шип С. Музична форма від звуку до стилю: Навчальний посібник / С. Шип. – К.: Заповіт, 1998. – 368 с.

***Ізваріна Олена Миколаївна***  
*Україна, м. Київ*

## **РЕЖИСЕРСЬКЕ МИСТЕЦТВО В УКРАЇНСЬКОМУ МУЗИЧНОМУ ТЕАТРІ 20-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ**

Оперне мистецтво як мистецтво видовищне поєднує в собі працю різних фахівців: композитора, лібретиста, соліста-вокаліста, виконавців хору й оркестру, диригента, хореографа, хормейстера, костюмера, машиніста сцени й інших. Протягом сторіч головною особою в опері був співак, згодом увагу меломанів і музичних критиків привернула творчість композиторів, інтерпретація авторського задуму диригентами й, нарешті, праця оперного режисера, яка спочатку навіть

не мала назви, а роботу режисера виконували або диригент, або сам керівник трупи.

Питання оперної режисури висвітлювалося в працях К. Станіславського, А. Попова, М. Савінова, Т. Куришевої, Ю. Станішевського, Б. Покровського, М. Боголюбова, І. Вериківської та наукових роботах М. Черкашиної-Губаренко. Частково досліджуваний період розглядався у працях Ю. Станішевського та М. Боголюбова, а також в дослідженнях А. Горбенка, Н. Лінник, М. Волкова, А. Солов'яненка, П. Чуприни, але всебічного аналізу проблеми оперної режисури названого періоду немає.

Актуальність даної статті полягає у висвітленні проблеми формування і розвитку української режисури в національному оперному театрі.

Мета статті полягає у висвітленні формування режисерського мистецтва в українському оперному театрі першої чверті ХХ століття.

Становлення музичної режисури, зокрема, режисури оперної, пов'язано з традиціями українського музично-драматичного театру другої половини ХІХ ст. і з іменами М. Старицького та М. Кропивницького – перших режисерів національних музично-драматичних та оперних вистав. Вони заклали головні принципи музичної режисури, які стали основою української оперної режисури ХХ ст.: підкреслення етнографічних деталей, прагнення ансамблю виконавців, вдумливе й правдиве розкриття сценічних образів та сюжетних ситуацій. Отже, основи режисури українського оперного театру формувалися в надрах національної класичної сценічної культури, де драма й опера творчо співіснували.

Розвиток національної оперної режисури 20-х років ХХ ст. був пов'язаний з діяльністю корифеїв української музичної драми М. Старицького та М. Садовського, а також їхніх послідовників і режисерів-новаторів М. Боголюбова [1; 2], О. Улуханова, Леся Курбаса, Г. Юри, С. Каргальського, В. Манзія, Е. Юнгвальд-Хількевича, Ю. Лішанського, С. Бутовського.

Підмурком музичної режисури початку ХХ ст. стали творчі досягнення в цій праці корифеїв українського музично-драматичного театру М. Старицького та М. Кропивницького. Їх режисерські принципи були творчо опрацьовані їх соратником М. Садовським та їх послідовниками на ниві української оперної режисури М. Боголюбовим та О. Улухановим. Загалом саме музична режисура М. Садовського, М. Боголюбова та О. Улуханова зіграла значну роль в подальшому формуванні оперної режисури у 20-30-ті роки ХХ ст.

Своєрідність української оперної режисури полягала у тісній співпраці композитора з режисером, який також був і лібретистом опери. Така творча діяльність митців національного музичного театру сприяла появі кількох довершених оперних вистав, які стали справжнім святом української музичної культури ("Різдвяна ніч", "Утоплена", "Енеїда"). Проте вони були лише яскравими "зірками" на доволі тьмяному небосхилі провінційного українського музичного театру. Події Першої світової війни та наступного періоду революційних змагань поставили музично-театральну діяльність на межу виживання та спровокували занепад на певний час цього виду видовищного мистецтва.

Лише у 1919 р. нова влада робить перші кроки щодо театрального мистецтва, зокрема, був націоналізований Міський театр і перейменований на Державний оперний театр ім. Карла Лібкнехта. Проте нова назва не сприяла якості вистав: театр був неспроможний поставити оперний твір, який би відповідав вимогам нової ідеології. Тому цього ж 1919 року Всеукраїнський музичний комітет почав розробляти кошторис для другого оперного театру в Києві, яким мала стати Державна українська музична драма. На чолі стояли С. Бондарчук (директор), Лесь Курбас, М. Бонч-Томашевський (режисери), Я.Степовий (композитор), А.Петрицький (художник-декоратор), М.Багриновський (диригент), М.Мордкін (балетмейстер), М.Литвиненко-Вольгемут (співачка), П.Гончаров (хормейстер).

На перший план у своїй роботі новостворений колектив висунув діяльність режисера-постановника. Репертуарна політика нового театру спиралася на твори української тематики, створені як українськими, так і російськими композиторами. Першою виставою Української музичної драми стала "Утоплена" М.Лисенка (прем'єра - 28 липня 1919 р.) Незважаючи на певні недоліки, це була одна з кращих вистав української опери на той час. Воєнні події літа 1919 р. призвели до припинення Українською музичною драмою свого існування.

У 1920 році була створена Українська опера в Полтаві (керівники – диригент О. Єрофєєв та співачка В. Старостинецька). Серед оперних вистав, здійснених полтавчанами у стислий термін існування (1920-1923), українські "Наталка Полтавка" та "Утоплена". В цілому ж український репертуар на той час не дістав постійної "прописки" в українських оперних театрах. Особливо не щастило "Тарасу Бульбі": прем'єра цієї опери відбувається на сцені Харківської російської опери лише 1924 року. Опера йшла в оркестровій редакції Л. Штернберга, постановником було запрошено режисера М. Боголюбова, який ві-

дмовився від лисенкового задуму – показати як Тарас з Остапом та запорожцями кидається на штурм Дубна, а завершив її сценою спалення Тараса, де показав різні піротехнічні "спецефекти". Ця прем'єра підштовхнула розв'язання питання про створення державного музично-театрального закладу, яке й було вирішене організацією у 1925 р. Державної української опери (Харків). Наступного року відкрилися ще два державних оперних театри – у Києві та Одесі. Згодом були створені ще чотири театри – так звані "пересувні".

Таким чином, завершився період становлення українського оперного театру і розпочався період його формування як виразника національної музичної культури. З самого початку роль режисера вийшла на перший план – саме режисери обмірковували і укладали репертуар. Для оперних театрів настав час панування режисури: розпочалися експерименти, в яких брали участь всі рівні музично-театрального виконавства і постановчого корпусу (художники, солісти, хор, оркестр, механічні і декораторські цехи тощо): "надмірна строкатість спрямувань тогочасної оперної режисури яскраво віддзеркалювала бурхливе змагання різних художніх течій та естетичних концепцій" [3, 168]. Режисерів закликали "потрусити стареньку оперу, витрусити з неї її консерватизм, умовності й показати видовисько, співзвучне сучасному життю!" [4, 2].

Режисери начебто намагалися перевершити один одного у новаторських трактовках класичного оперного спадку: "підправляли", "оновлювали", "осучаснювали", "переакцентовували", "пристосовували", "пролетаризували" й т. ін. Такому "осучасненню" підлягли й оперні твори класичного українського репертуару: "Тарас Бульба" (режисери М. Боголюбов, Г. Юра, С. Каргальський, Е. Юнгвальд-Хількевич, В. Манзій), "Різдвяна ніч" (М. Бойченко).

З 1927 року почали з'являться оперні твори сучасних українських композиторів. Першими і не зовсім вдалим виявилися опери І. Ройзентура "Іскри" та Б. Яновського "Вибух".

Опера "Іскри" за своїми художніми якостями була маловартісним твором. О. Улуханов у своїй режисерській версії головну увагу приділив показу революційного пориву мас, видовищності масових сцен. Тогочасна критика схвально поставилася до первістка сучасної української опери: "сталася нечувана й невидана в історії опери подія – постановка робітничої революційної опери "Іскри" [5, 12].

На святкуванні 25-річчя своєї композиторської діяльності відомий композитор Б. Яновський дав слово написати українську оперу, і

слова він додержав. Композитор сам виступив лібретистом опери. Вистава опери "Вибух" ("Капітан Каштанов") [6] відбулася на сцені Харківської опери. В основу твору покладено п'єсу Т. Макар'єва "Тимошева рудня" про революційні події на Донбасі. Але намагання автора показати "реальні картини", призвели до порушень традиційної оперної драматургії. Була введена звичайна розмова в сцені засідання рудкому та кіноматеріали. Головну увагу режисер В. Манзій приділив розкриттю психологічних рис персонажів. Для сценічного рішення масових сцен постановник скористався вже традиційними для оперної сцени рухливими конструкціями, які дозволяли швидко змінювати місце дії.

"Вибух" надихнув на створення своєї сценічної версії постановників: режисера Е. Юнгвальд-Хількевича, художника Є. Артамкіна і диригента В. Йориша. Своєрідним стало рішення фіналу: режисер використав документальні кіноматеріали.

Наступним оперним твором Б.Яновського стала "Дума чорноморська", або "Самійло Кішка" за українською народною думою на лібрето Л. Углай-Красицького. Прем'єра опери відбулася на сцені Київського оперного театру в постановці Ю. Лішанського. Режисер на перший план висунув невольницьку масу, зробивши її головним героєм твору, а не заглавного Самійла Кішку.

В одеській постановці (режисер С. Бутовський) підкреслювалася тяжка праця невольників (масові сцени), знуцання турків-наглядачів.

Сценічне життя цих опер було недовгим, і зараз про них можна говорити лише як про факт історії українського оперного театру, для свого ж часу їх поява мала величезне значення. Вони проторили шлях до справжніх досягнень в оперному мистецтві, які не забарилися з'явитись у доробку Б. Лятошинського, В. Костенка, В. Феміліді.

Отже, в Україні 20-х років ХХ ст. сформувався інститут національних оперних театрів як державна форма видовищного мистецтва. Саме у 20-ті роки в повній мірі були усвідомлені й визнані необхідність і провідна роль у постановці оперного твору не тільки диригента, а й режисера, хормейстера, художника. Оперною критикою підкреслювалася єдність всіх мистецьких чинників для успіху вистави.

### ***Використані джерела:***

1. Боголюбов Н. Полвека на оперной сцене: Театральные мемуары / Н. Боголюбов. – М. : Всероссийское театральное общество, 1957. – 264 с.

2. Боголюбов Н. Шестьдесят лет в оперном театре: Воспоминания режисера / Н. Боголюбов. – М: Всероссийское театральное общество, 1967. – 303 с.
3. Станішевський Ю. Режисура в українському радянському оперному театрі / Ю. Станішевський. – К. : Наукова думка, 1973. – 278 с.
4. Козицький П. Перша половина сезону в столичній опері // Нове мистецтво. – 1928. – №4. – С. 2.
5. Кравченко О. Опера "Іскри" // Нове мистецтво. – 1927. – №24. – С. 12.
6. Лісовський Л. Опера "Вибух" Бориса Яновського (Начерк) // Музика. – 1927. – №5-6. – С. 55-60.

***Кравченко Анастасія Ігорівна**  
Україна, м. Київ*

## **ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КАМЕРНО-ІНСТРУМЕНТАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА УКРАЇНИ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ**

Камерно-інструментальне мистецтво посідає одне з провідних місць в музичній культурі України другої половини ХХ століття. Мистецький доробок українських композиторів в галузі камерного ансамблю, а також високий рівень виконавської майстерності засвідчив інтелектуальну зрілість і художню цінність ансамблевих творів, що стали духовним надбанням не тільки українського, а й світового мистецтва ХХ століття.

Сучасні дослідники музичної культури України підкреслюють особливу роль камерно-інструментального мистецтва як явища, що виражало основні тенденції епохи та еволюцію композиторської думки. Камерний ансамбль був своєрідною творчою лабораторією доби з притаманним йому філософсько-етичним спрямуванням, психологізмом, виконавською мобільністю та схильністю до експериментів у галузі музичного мислення, мови і стилю.

Розвиток українського камерно-інструментального мистецтва другої половини ХХ століття був позначений змінами естетично-художніх орієнтирів у зв'язку з особливостями суспільно-політичної ситуації в тогочасній Україні, що була частиною СРСР, а в 90-х роках отримала незалежність.

На початку шістдесятих років, у колі провідних українських митців стало відчутним прагнення до подолання стереотипів радянської ідеології, що регулювала всі сфери життя суспільства, в тому числі, впливала і на музичну культуру. В умовах панування монументально-офіційних

жанрів та державних замовлень, саме камерно-інструментальні твори стали виразниками нового, прогресивного мистецтва, що сприймалося альтернативно і відповідало естетичним потребам часу.

Тріо, квартети, квінтети та ансамблі іншого складу наповнювались новим ідейно-інтелектуальним змістом, втілюючи різноманітні форми відчуття, як зовнішнього, так і внутрішнього світу, включаючи особистісну сферу композиторів та інтерпретаторів твору. Камерно-інструментальні твори вражали своєю оригінальністю, демонструючи незвичні поєднання інструментів, експерименти з різними музичними стилями, звернення до новітніх технологій (у т.ч. використання електронних інструментів), а також впровадження активно-дієвих форм спілкування зі слухачами.

За розквітом музичної культури України шістдесятих років прийшов період так званого "застою" (70-ті – середина 80-х років), що ознаменувався зміною офіційної позиції влади щодо шляхів, засобів і мети розвитку мистецтва. Однак за умови державного регулювання, камерно-інструментальний жанр не втратив своєї актуальності і суспільного значення. Композитори, що були змушені гнучко пристосовуватись до вимог часу, разом з тим, продовжували втілювати у своїх творах високі ідеї "шістдесятників".

Починаючи з середини 80-х років, період "застою" і політичної стагнації змінюється активізацією національно-демократичних процесів у державі, що відразу ж позначилося на стані музичної культури, яка починає переживати другу хвилю свого злету. Поступово мистецтво України звільнюється від радянської ідеології. Твори українських композиторів загалом, і зокрема камерно-ансамблеві твори, сповнюються національно-патріотичних ознак.

В 90-х роках після здобуття Україною державної незалежності розпочався новий етап у розвитку національної культури. Суттєве оновлення світоглядних позицій, свобода в виборі тематики і використання новітніх технік, звернення до фольклорного та духовного джерел, зумовили пожвавлення мистецького життя, в тому числі і в галузі камерно-інструментального музикування.

Камерно-інструментальне мистецтво в культурному просторі України другої половини XX століття являє собою цікавий предмет дослідження мистецтвознавців. У даний період камерно-інструментальний жанр, розвиваючись в контексті загальноєвропейських тенденцій, пережив еволюцію естетично-художніх засад і став виразником найважливіших духовних і стилістичних ознак XX століття.

## **ПРОВІДНІ ТЕНДЕНЦІЇ КУЛЬТУРОТВОРЧОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТ.**

Поступове подолання кризових явищ у сфері вітчизняної економіки на початку ХХІ ст., посилення процесів інтеграції у європейський та світовий культурний простір сприяло переосмисленню місця культури в соціально-економічному розвитку України, усвідомленню її як визначального чинника структурування та консолідації суспільства.

Роль культури у реалізації цих процесів можна визначити у двох напрямках. Один з них передбачає формування цілісного, повноструктурного національного інформаційно-культурного простору, що слугуватиме запорукою світоглядної єдності українського суспільства, міцної національної ідентичності, успіху процесів формування сучасної громадянської нації. Інший має бути спрямований на творення стабільних структур міжкультурного, міжетнічного діалогу й співпраці, що забезпечуватимуть збереження і зміцнення міжетнічного й міжконфесійного миру і злагоди в Україні, а також – використання культурного різноманіття сучасного українського суспільства як потенціалу суспільного розвитку.

Між тим, для існування культури, більш того культури сучасної, інноваційної, модерної необхідно загальнонаціональне інформаційно-культурне поле, або – *національний культурний простір*, який забезпечується функціонуванням спільної мови, мережі ефективних каналів культурної комунікації, що охоплюють усе суспільство, яке в процесі міжкультурної комунікації перетворюється на зрілу, цілісну сучасну націю.

Крім того, можна стверджувати, що саме формування національного культурного простору, здатного забезпечувати культурні, мовні, інформаційні потреби громадян України, який охоплює всі галузі мистецької, культурно-просвітницької, дозвіллевої діяльності (професійної та аматорської), ефірний простір електронних мас-медіа, книговидавання та книгорозповсюдження, ринки інших культурно-мистецьких продуктів та послуг, а також суміжні сфери – освіту, науку та діяльність структур громадянського суспільства, постає як одне з найважливіших та найактуальніших завдань та провідною тенденцією у культуротворчому процесі в Україні на початку ХХІ ст.

Серед головних чинників, що визначили пріоритетність проблеми цілісності національного культурного простору, передусім, слід визначити: істотні відмінності в культурних орієнтаціях, у системі цінностей, у джерелах культурно-дозвілєвої та суспільно-політичної інформації, що утворюється між окремими мовно-етнічними спільнотами, між різними регіонами країни внаслідок нецілісності її культурно-мовного простору, що у свою чергу часто спричиняють діаметрально протилежні відповіді на головні політичні, економічні, геополітичні виклики, що постають перед країною, а також формують протилежні погляди на її минуле, майбутнє та подальші шляхи її розвитку. Крім того, регіональні культурні відмінності, зорієнтованість окремих регіонів не на вітчизняний, а на вузько-регіональний чи закордонний культурний продукт, на зарубіжні ЗМІ та мас-культурні індустрії, що ослаблює вітчизняні культурні індустрії та національний ринок [1, 76].

Зазначені відмінності здатні спричиняти формування образу "Іншого", а то й "Чужого", спроектованого на стереотипного мешканця іншого регіону або члена іншої соціальної групи, а також утворювати в масовій свідомості основу для міжнаціональних, міжетнічних, мовних конфліктів аж до глибоких "цивілізаційних" розломів. Все це зумовлює необхідність реальної інтеграції в єдину цілісну систему, для якої надзвичайно важливими такі характеристики як мовна й культурна єдність суспільства, а також структурна повнота, або повноструктурність, за визначенням М.І. Дзюби [4, 119].

Розглядаючи національний культурний простір як систему, можна визначити її складові елементи. Ними виступають: *творці культурних цінностей* – професійні митці та аматори, мистецькі колективи, літератори та діячі різноманітних галузей культури. Всіх їх можна визначити як конвент провайдери національного культурно-мистецького простору. До складу означеної системи входять також *виробники, або тиражувальники культурно мистецьких товарів та послуг*. Це заклади культури і мистецькі колективи, видавництва та кіностудії, студії звукозапису тощо. Також слід визначити як невід'ємний елемент *канали та мережі культурної комунікації*. Серед них – засоби масової інформації (преса, телерадіоорганізації, Інтернет-видання), мережі театральнo-видовищних та концертних майданчиків, бібліотек, книгарень, галерей та виставкових залів, кінотеатрів тощо. Крім того, як складова системи виступають *споживачі культурного продукту* – індивідуальні та колективні, також органи регулювання культур-

ної діяльності та мовних практик. До них можна віднести органи державної влади та місцевого самоврядування, національні та міжнародні структури регулювання медіа-простору та ринку культурних товарів та послуг. Особливу роль як регулюючий елемент зазначеної системи в умовах подальшої демократизації суспільства, перетворення його у громадянське почали відігравати невід'ємні структури громадянського суспільства – творчі спілки, галузеві асоціації тощо.

Втім, національний культурний простір можна вважати єдиним і цілісним, якщо існують розвинені спільні символічні системи – мова, система вартостей, національна культурна спадщина, яка є комунікаційною базою усього суспільства. Необхідною умовою є також можливість задовольняти культурні потреби суспільства завдяки національним виробникам культурного продукту та поширення його через національні канали культурної комунікації [1].

Безперечно вирішальну роль у розв'язанні окреслених завдань, що постали перед українським суспільством у перші роки ХХІ ст. мають відіграти усі суб'єкти культуротворчого процесу – з одного боку органи влади як представники сфери державного управління, з іншого – громадянські структури, участь яких у процесі вироблення та прийняття політичного рішення, а також у реалізації та оцінці публічної політики є свідченням формування громадянського суспільства.

### ***Використані джерела:***

1. Гриценко О.А. Пророки, пірати, політики і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / Олександр Гриценко, Валентин Солодовник; [Наук. ред. О.І. Кілієвич]; Укр. центр культур. дослідж. – К. : К.І.С., 2003. – 168 с.

2. Гриценко О.А. Культурна політика: концепції й досвід: Навч. посібник / Ін-т держ. упр. і самоврядування при Каб. Міністрів України; [Ред. А. Довбня] – К., 1994. – 57 с.

3. Дзюба І. Деякі проблеми і перспективи української культури / І. Дзюба; // Вісн. НАН України. – 2001. – № 3. – С. 18-22.

4. Дзюба І. Між культурою і політикою / І. Дзюба; Нац. ун-т "Києво-Могилян. Акад.", Центр європ. гуманіт. досліджень; [Ред. М. Петровський] – К. : Сфера, 1998. – 372 с.

## **СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ КОМУНІКАЦІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДЮСЕРА**

У перехідні періоди для суспільства актуалізується поняття інформаційних технологій і технологій комунікації. Вони стають частиною поняття глобалізації системи масової комунікації, оскільки без технологічної модернізації процесу спілкування неможливим є утворення більш потужних систем збору, обробки, передачі й поширення інформації у масово-комунікаційному просторі. На даний час, найсучаснішою інформаційною технологією комунікації є мережа Інтернет.

Інтернет являє собою всесвітню інформаційну комп'ютерну мережу, яка об'єднує в єдине ціле безліч комп'ютерних мереж, що працюють за єдиними правилами. Комп'ютерна мережа – ієрархічне об'єднання обчислювальних систем різних типів, пов'язаними між собою каналами зв'язку. Найпопулярнішим ресурсом є "всесвітня павутина" або WWW (World Wide Web), яка представляє собою величезну кількість (понад мільярд) мультимедійних документів, відмінною рисою яких є можливість посилатися один на одного. В Інтернеті розміщені цілі бібліотеки файлів, доступ до яких забезпечується службою FTP. FTP (File Transfer Protocol, протокол передачі файлів) – сховище і система пересилки різноманітних файлів.

Спочатку комп'ютерна мережа інтенсивно використовувалася для швидкого пересилання текстових повідомлень. Тому найстарішим ресурсом Інтернету є E-mail (електронна пошта). E-mail (електронна пошта) – система пересилання електронних листів.

Соціальна мережа спрямована на побудову спільнот в Інтернеті з людей зі схожими інтересами та/або діяльністю. Зв'язок здійснюється за допомогою сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями. З розвитком технологій Web 2.0 соціальні мережі знайшли відчутну основу у вигляді порталів і веб-сервісів. Існують соціальні мережі для пошуку не тільки людей за інтересами, але і самих об'єктів цих інтересів: веб-сайтів, типу музики тощо. Зазвичай на сайті мережі можливо вказати інформацію про себе (дату народження, школу, ВНЗ, улюблені заняття та інше), за якою акаунт користувача зможуть знайти інші учасники. Розрізняються відкриті і закриті соціальні мережі. Одна із характерних рис соціальних мереж – система "друзів" та "груп".

У різних регіонах популярність соціальних мереж різна. За кількістю користувачів лідирують Facebook (500 млн.), MySpace (255 млн.), Windows Live Spaces (120 млн.), Habbo Hotel (121 млн.), В Контакте (100 млн.), Friendster (Філіппіни, Малайзія, Індонезія, Сінгапур, 90 млн.), Hi5 (80 млн.), Tagged.com (70 млн.).

Соціальне програмне забезпечення (ПЗ) – це широкий діапазон програмних систем, що дозволяють користувачам взаємодіяти і обмінюватися даними. Цей спосіб комп'ютерно-опосередкованої взаємодії став популярним з появою таких соціальних сайтів як MySpace, Facebook, Однокласники.ru, медіасайтов Flickr і YouTube, комерційних сайтів на зразок eBay. Багато з цих додатків мають такі загальні характеристики як відкриті API, сервіс-орієнтований дизайн, можливість віддаленого розміщення даних і медіафайлів. Такі програми прийнято відносити до систем Веб 2.0.

Усередині соціального ПЗ можна виділити дві групи програмних інструментів: комунікаційні та інтерактивні. Комунікаційні інструменти застосовуються для запису, зберігання та подання комунікаційних даних, найчастіше в текстовому вигляді, але все більше в аудіо-і відеоформатах. Інтерактивні інструменти застосовуються для підтримки опосередкованого даними (різних медіаформатів) взаємодії між окремими користувачами та їх групами. На відміну від комунікаційних інструментів, акцент робиться на підтримці зв'язності користувачів і механізмів спілкування між ними. На противагу комунікаційним інструментам, які є зазвичай асинхронними, інтерактивні інструменти переважно синхронні, дозволяючи взаємодіяти користувачам в режимі реального часу (як у випадку інтернет-телефонії, відеочатів тощо) чи майже синхронно (служби миттєвого обміну повідомлень, текстові чати тощо).

Можна назвати наступні приклади програмних систем, які відносяться до соціального ПЗ:

1). Системи миттєвого обміну повідомленнями (IM – Instant messaging) дозволяють спілкуватися з іншим користувачем через мережу в режимі реального часу (у відносно захищеному режимі). До найбільш популярних з них можна віднести Skype, ICQ, Yahoo! Messenger, MSN Messenger, AOL Instant Messenger, Miranda IM. До систем, орієнтованих на бізнес, можна віднести IBM Lotus Sametime, Microsoft Messenger і Jabber.

2). Інтернет-чати (IRC – Internet Relay Chat) дозволяють одночасно декільком користувачам спілкуватися в режимі реального часу.

3). Інтернет-форуми прийшли на зміну електронним конференціям (які виникли до появи WWW і дозволяли розміщувати на взаємопов'язаних комп'ютерах повідомлення для обміну думками). Користувач форуму може створювати нову "тему", доступну для інших. Інші користувачі можуть переглядати тему і залишати свої коментарі в режимі послідовного запису.

4). Веб-блоги (web logs), або коротко блоги, можна розглядати як особисті онлайн-журнали окремих користувачів. Власник блогу може розміщувати повідомлення в своєму журналі, в той час як інші користувачі (читачі) можуть залишати до них свої коментарі.

5). Вікі-довідники (wiki), або просто вікі, по-суті, веб-сайти, вміст яких може редагуватися відвідувачами сайту. Найбільш відомий приклад – Вікіпедія.

Нові медійні продукти дали користувачам і професіоналам у сфері продюсування набагато більше можливостей, самі комунікації не обмежуються тепер роботою тільки зі ЗМІ. Комбінація нових і старих інструментів комунікації являється відображенням сучасного медійного ландшафту.

Отже, сьогодні, щоб залишатися професіоналом, продюсеру необхідно не просто оволодівати новими інструментами, але й вивчати нові підходи до комунікації. Відповідно, роль продюсера може і повинна розширюватися. Адже він стане провідником артистів до аудиторій у нових умовах більшою мірою, ніж це було раніше.

*Ліва Наталя Валеріївна  
Україна, м. Вінниця*

## **ДИДАКТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОК-МУЗИКИ ЯК МИСТЕЦТВА РОМАНТИЧНОЇ ТРАДИЦІЇ**

Одним з найяскравіших явищ полікультурної палітри ХХ століття, явищем, потужний резонанс якого світова культура продовжує відчувати й досі, без сумніву, є рок-музика, рок-мистецтво, рок-культура. Відійшов у минуле період, коли рок викликав лише негативну реакцію у широких колах прихильників "ортодоксальної" культури. Рок-мистецтво посідає дедалі вагомніше місце у сучасному культурологічному дискурсі. Знаменням часу служить факт видання текстів рок-композицій у вигляді збірок. Все частіше й відвертіше ці тексти

називають поезією, а їх творців – поетами. "Сформувався досвід філологічного вивчення вітчизняної рок-поезії, окремо у багатотомних серіях видаються тексти поетів російського року", – зазначає культуролог Е.Л. Рибакіна [4, 6]. Яскравим свідомством великої зацікавленості рок-поезією з боку дослідників-літературознавців є видані упродовж 1998–2005 рр. вісім випусків збірок наукових статей під назвою "Русская рок-поэзия: текст и контекст", упорядковані на кафедрі теорії літератури Тверського державного університету під керівництвом Ю.В. Доманського [3]. Дедалі гостріше постає питання включення текстів рок-композицій до складу навчальних програм з літератури [6].

Останнім часом сучасні культурологи та літературознавці, торкаючись проблем рок-культури, усе частіше свідомо вживають термін "культура" (а не "суб-" чи "контркультура"): "вже ні в кого не викликає сумніву, що слово "рок"... стало у 1970-1980-е рр. помітним явищем не лише молодіжної *субкультури*, як було прийнято вважати раніше, а й російської *культури* в цілому" [1, 3]; "Ближче до кінця ХХ століття не лише джаз, а й рок у кращих його зразках набувають рис класичності, входячи до золотого фонду світової *культури*" [4, 3] [курсив мій в обох цитатах – Н. Л.].

На жаль, рок-мистецтво, яке по суті являє собою органічний синтез слова, музики та сценічної дії, отримало на даний момент належне визнання лише на ниві філології. Незважаючи на чималу кількість присвячених рок-музиці дисертаційних досліджень, що з'явилися протягом двох останніх десятиліть в Росії і Україні, *музичні* надбання рок-культури продовжують залишатися в тіні. Частково це пояснюється тим, що увага філологів до рок-поезії спостерігається в основному в Росії, де рок-культура радянського періоду виникла і сформувалась як опозиція по відношенню до існуючої влади, виконуючи роль своєрідної "преси". Так чи інакше, музичні достоїнства західної і вітчизняної рок-музики у сучасному мистецтвознавчому дискурсі відходять на другий план. Ситуація, що склалася, несе в собі загрозу подальшого одностороннього оцінювання мистецьких надбань рок-культури, сприяє утвердженню помилкової ідеї домінування в рок-мистецтві вербальних засобів виразності і безумовно потребує коригування. Музична складова вітчизняних і західних рок-композицій достойна пильної уваги музикознавців, адже кращі зразки рок-музики являють собою твори високого художнього рівня. Як і тексти до рок-композицій, вони здатні здійснювати потужний виховний вплив і відігравати значну роль у музичному вихованні молоді.

Здійснювані сьогодні дослідження рок-мистецтва дозволяють дійти висновку, що творчі здобутки цієї так званої молодіжної субкультури не є – в силу "непрофесіоналізму" їх авторів – явищем, виключеним з загального культурно-історичного контексту. Рок-музика є закономірним продовженням романтичної традиції в мистецтві і демонструє зразки високої лірики.

В. Сиров в одній із своїх праць наголошує на факті поступової асиміляції рок-музикою жанрів та форм класичної музики. Саме цим дослідник пояснює невпинний процес зародження й посилення у надрах *масової* рок-культури рис *елітарності* [5]. Коріння цього процесу, на наш погляд, слід шукати не в зовнішній асиміляції, а в глибинному внутрішньому спорідненні цієї культури з музичним романтизмом XIX століття та подальшими проявами романтичної традиції в мистецтві XX–XXI століть<sup>1</sup>.

До сучасних підручників музики в загальноосвітній школі включено ряд імен сучасних поп-музикантів. Кращі ж надбання рок-музики, що являють собою зразки справжнього мистецтва, не меншою мірою заслуговують на достойне місце у навчальних програмах не лише загальноосвітніх, а й спеціальних музичних закладів.

### ***Примітки***

<sup>1</sup> Показовою у даному контексті є думка Н. Кашкадамової стосовно хронологічних меж епохи романтизму. Характеризуючи віртуозний стиль піаністів-романтиків, дослідниця підкреслює: "Йдеться про XIX сторіччя як історичну добу, а не тільки хронологічний відрізок часу. На проникнення засад цієї історичної доби у суміжні сторіччя звертає увагу К. Дальгауз, ... який наводить парадокс: *Кінець "XIX сторіччя" у музиці не датується!*" [2, 10].

### ***Використані джерела:***

1. Ивлева Т., Козицкая Е., Доманский Ю. От редколлегии / Русская рок-поэзия: текст и контекст : сборник научных трудов. – Вып. 1. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 1998. – С.3-4.

2. Кашкадамова Н. Історія фортепіанного мистецтва XIX сторіччя : підручник / Н. Кашкадамова. – Тернопіль : АСТОН, 2006. – 608 с., нот.

3. Русская рок-поэзия: текст и контекст : сборник научных трудов. – Вып. 1-8. – Тверь : Твер. гос. ун-т, 1998-2005.

4. Рыбакова Е.Л. Развитие музыкального искусства эстрады в художественной культуре России : автореф. дис. ... док. культурологии : спец. 24.00.01 / Е.Л. Рыбакова. – СПб, 2007. – 43 с.

5. Сыров В.Н. Стилиевые метаморфозы рока или путь к "третьей" музыке : монография / Сыров В.Н. – Нижний Новгород : Издательство Нижегородского университета, 1997. – 210 с.

6. Чебыкина Е.Е. Аргументы в пользу включения рок-поэзии в школьную программу по литературе: взгляд литературоведа / Е.Е. Чебыкина // Образование и наука : Известия Уральского отделения Российской Академии образования. – Екатеринбург, 2007. – С. 140-148.

*Ліфінцева Галина Олексіївна*  
*Україна, м. Київ*

## **ПРОДЮСЕРСЬКИЙ ПРОЕКТ – КРИТЕРІЙ І МЕТОДИ ОЦІНКИ**

У сучасному динамічному часі і просторі нашої державі і суспільству потрібні освічені, високо компетентні, всебічно розвинені працівники галузі культури і мистецтва. Спеціалісти, здатні до творчих нестандартних рішень, готові до роботи в умовах ринку, повинні орієнтуватися в умовах сучасної соціокультурної ситуації. Для вирішення цього питання необхідне ефективне функціонування дієвої системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників галузі культури і мистецтва.

Модернізація процесів керування в галузі економіки та побудова ринкової системи в Україні вимагають теоретичного обґрунтування оцінки ефективності результатів функціонування підприємств, організацій та установ. Запровадження проектного менеджменту в продюсуванні підтверджує необхідність створення системи показників та критеріїв оцінки для вимірювання ефективності діяльності проектів та створення єдиної методики оцінки продюсерських проектів. На виклик часу, сьогодні в Україні відкриті великі перспективи для наукових досліджень, для вивчення питання ефективності продюсерських проектів. Дослідження вчених-теоретиків з питань економіки соціокультурної сфери та багатий досвід роботи відомих продюсерів, дають можливість стверджувати, що для оцінки продюсерських проектів повинна застосовуватися система особливих показників ефективності, як економічних, так і соціально-культурних, що пов'язано з двоїстим характером інституту продюсування [3]. Таким чином, економіка музичних проектів, поряд з творчістю, стала невід'ємною частиною музичного проекту. Взаємодія цих двох складових забезпечує конкурентоспроможність і оригінальність того чи іншого музичного проекту.

Поняття проекту як процесу пов'язане із цілеспрямованою зміною (повністю або частково) стану певної системи, до якого можна віднести компанію, індивідуума, інфраструктуру тощо. Продюсерський проект – це тимчасове підприємство, визначене для створення унікального аудіовізуального продукту, послуги або результату, пов'язане з витратами часу й ресурсів, а також із залученням інвестицій. Важливим аспектом при аналізі результатів продюсерського проекту в аудіовізуальній сфері є комплексна оцінка якості проекту, а величина економічного ефекту дорівнює величині ресурсів або витрат [5]. Тому діяльність більшості продюсерських проектів можемо розглядати як таку, що передбачає здійснення комплексу певних дій для досягнення поставленої мети.

Багатогранність продюсерської діяльності в музичній індустрії пов'язана із потужною "розкруткою" проекту, яка заключає в собі не тільки традиційні методи просування, як концертна, гастрольна діяльність, але і специфічні – мерчандайзинг, участь у престижних музичних фестивалях, PR-акціях, створення промо-компаній в Інтернеті. Таким чином, з'являються проекти, засновані на одному із зазначених шаблонів просування проекту: оригінальна ідея проекту, вокальні дані виконавців, майстерність композиторів. Музичний бізнес включає в себе організацію великої кількості різнорівневих подій, людей і процесів. Усі процеси, так чи інакше, пов'язані з генеруванням ідей, створенням проектів, просуванням його на ринок, утриманням творчого та комерційного потенціалу на відповідному рівні [4].

Сучасний менеджмент соціокультурної діяльності використовує такі основні підходи щодо реалізації і досягнення поставлених цілей в мистецькому проекті, як функціональний та системний. Цілеспрямована діяльність, яка здійснюється для задоволення конкретних потреб при наявності зовнішніх і внутрішніх обмежень та при використанні лише певних ресурсів, характеризує функціональний підхід. Така діяльність характерна для музичного продюсування. Музичне продюсування – це складний та багаторівневий процес, в якому продюсер вкладає великі зусилля, час, здоров'я, уміло використовуючи свої творчо-управлінські якості. Роль продюсера тісно пов'язана із поняттям менеджменту, але, як і в будь-якій сфері діяльності, має певну специфіку. Задача продюсера полягає у створенні продукту, який буде мати комерційний потенціал. Окрім організаційної діяльності, поточних питань і координації, продюсер, перш за все, відповідальний за нахнення всього колективу, якісний підбір музичного матеріалу, від чого

залежить максимально ефективного створення творчого проекту. Тому для успішної діяльності проекту, продюсеру також необхідно одночасно бути музичним критиком та бізнесменом, дипломатом та ідейним керівником; гнучко перебудовуватися залежно від ситуацій.

Таким чином, продюсер має серйозні переваги як керівник, що полягає у володінні важливою інформацією для проекту, зокрема фінансовою та творчою його стороною. Позиція продюсера в організації проекту передбачає єдність слів і дій, що значно підвищує ставки відповідальності і обов'язки керівника. У процесі роботи продюсерського проекту відбуваються зміни в структурі, враховуючи професіоналізм та компетенцію співробітників проекту. Якщо розглядати функціональні підходи, то більш доцільно їх застосовувати в аудіовізуальній сфері діяльності.

Бізнес-процес – це дуже рухлива система, зважаючи на інвестиції проекту, а з іншого боку популярність та результати діяльності проекту. Тому до керування проектами треба ставитися і як до керування змінами [1].

За визначенням термін "інвестиційний проект" – це документ, який містить систему взаємопов'язаних у часі й просторі та узгоджених ресурсами заходів і дій, спрямованих на розвиток окремого продюсера, агенції, телевізійного каналу та суспільства в цілому з обов'язковим отриманням позитивного економічного чи соціального ефекту [2]. Економічний чи соціальний ефект – це абсолютний показник, що характеризує результат діяльності продюсерського проекту, не завжди властивий продюсерським проектам, тому сьогодні не існує загальновизнаної методики оцінки ефективності продюсерських проектів [5].

Унікальність та інноваційність результату, логічна послідовність комплексної діяльності з постійним уточненням наявної інформації надає можливість у досягненні певної мети продюсерського проекту. Діагностику та прогнозування, підготовку та планування можна розглядати як такі складові, що можуть дати корисну ефективність діяльності продюсерського проекту для суспільства. Сучасний проектний та інвестиційний менеджмент діяльності продюсерського проекту можна оцінити таким кількома підходами: загальноекономічний, фінансовий, комерційний, екологічний та соціальний [6]. Завдяки професійному менеджменту регулюються всі відносини з учасниками проекту, відображеними в чинному законодавстві та узгоджуються договірні відносини.

Таким чином, можна стверджувати, що при оцінці результатів продюсерських проектів доцільно використовувати комплексний підхід, аналізувати як економічні, так і неекономічні показники проекту.

### ***Використані джерела:***

1. Бардиш Г.О. Проектне фінансування: Підручник / Г.О. Бардиш. – К. : Алтера, 2007. – 463 с.
2. Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе / Л.И. Готовцев – М. : Рипол Классик, 2004. – 307 с.
3. Гриценко О. Пророки, пірати, політики і публіка. Культурні індустрії й державна політика в сучасній Україні / О. Гриценко, В. Солодовник, О. Кілієвич. – К. : К І С, 2003. – 168 с.
4. Корнеева С. Как зажигают "звезды". – СПб. : Питер, 2004. – 320 с.
5. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера / Под ред. Г.П. Иванова, П.К. Огурчикова, В.И. Сидоренко. – М. : Юнити, 2003. – 719 с.
6. Фунтов В.Н. Основы управления проектами в компании / В.Н. Фунтов. – СПб. : Питер, 2008. – 336 с.

***Лоцман Руслана Олександрівна***  
*Україна, м. Київ*

## **СТАНОВЛЕННЯ ТА ТВОРЧИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО СПІВАКА З ПРОДЮСЕРОМ ТА БЕЗ НЬОГО**

Одним з пріоритетних напрямків культури і освіти України є розвиток творчої особистості. В умовах сучасного культурно-мистецького простору проблема становлення та творчого розвитку українського співака все більше пов'язана з діяльністю продюсера. За останні роки роль продюсера в успішності кар'єри українського виконавця значно зросла. Раніше досягнути вершини народної слави вдавалось лише завдяки власному таланту та наполегливості, сьогодні багато чого залежить від піар-менеджменту, реклами і продюсування.

Про умови творчого становлення і розвитку митців попередніх десятиліть (80-90-ті рр. ХХ ст.) дізнаємось з їх інтерв'ю. Зокрема, М. Мозговий зазначав, що працюючи в Укрконцерті співаки проходили "три кола" концертної естради: артисти-початківці виступали по сільських клубах, з них кращі відбирались до участі в районних заходах, а найкращих допускали до сцен обласних центрів та столиці. Отже, концертна діяльність українських виконавців проводилась на державному рівні, що забезпечувало поетапний розвиток їх творчого становлення. Це підтверджує і Р. Кириченко: "То була теж своєрідна ідеологія: щоб заперечити нападки Заходу, що в Україні гине національне мистецтво, за кордон відряджали здебільшого митців з яскраво ви-

раженими національними засадами у творчості" [8, 129]. Тоді практично всі артисти виступали без супроводження продюсера.

Сьогодні ж ситуація інакша. Чим більший потенціал продюсера, тим успішнішими є артисти, якими він займається. Так, професія продюсера стала невід'ємною складовою культурно-освітнього процесу України, про що свідчить факт створення нової спеціалізації за кваліфікацією "музикознавець, музичний продюсер, імпресаріо" на кафедрі теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ.

Стаття має на меті розкрити особливості розвитку та проблеми творчого становлення українського співака без участі продюсера та співставити їх з умовами продюсованого проекту.

Під творчим розвитком співака ми розуміємо процес духовно-практичної діяльності особистості, що забезпечує вдосконалення музичних здібностей, розкриття таланту та кар'єрний ріст виконавця. Основним продуктом творчої діяльності співака є пісенний твір і все, що з ним пов'язано: аудіотрек, кліп, постановка та режисура концертного виконання тощо. Велику роль в продуктивності успіху музичного продукту відіграє уява, фантазія, інтуїція та натхнення виконавця й керівника проекту [3, 430].

*Становлення та творчий розвиток співака з продюсером.* Для визначення особливостей становлення та творчого розвитку українського співака за участі продюсера спочатку конкретизуємо сутність терміну "продюсер" та визначимо особливості його діяльності. "Producer" (англ.) – "режисер", "виробник певного продукту" (в нашому випадку – музичного). У Законі України "Про театри і театральну справу" продюсером називається "юридична або фізична особа, яка забезпечує фінансування, організацію створення, публічного виконання і (або) публічного показу театральної постановки, гастрольних заходів" [6]. Відповідно, музичний продюсер – це особа чи компанія, яка здійснює ідейно-художній та організаційно-фінансовий контроль над постановкою музичного проекту. Продюсер бере на себе відповідальність за створення, виробництво й подальшу реалізацію культурного продукту в умовах ринку, особисто приймаючи стратегічні рішення як щодо ідеї (концепції) твору (мистецького проекту) й виробленого на його основі культурного продукту, так і щодо забезпечення комерційних аспектів виробництва й подальшої реалізації продукту [5]. Продюсер може мати команду (менеджери, іміджмейкери, бухгалтери тощо) або керувати проектом самотійно. Менеджер – особа, яка

здійснює адміністративну, організаційно-управлінську діяльність у сфері шоу-бізнесу [3, 425].

По відношенню до творчості співака продюсер виконує наступні функції:

- 1) створення сценічного іміджу артиста (підбір репертуару, сценічне вбрання, стиль зачіски, манера тощо);
- 2) організація концертних виступів співака та його участі у різних заходах (корпоративні свята, державні заходи, телепрограми, радіопередачі);
- 3) реклама співака у всіх можливих видах ЗМІ з метою створення "бренду-імені" виконавця;
- 4) випуск музичної продукції (аудіодиски, відеоконцерти і т.п.) з метою подальшої її популяризації та поширення;
- 5) просування музичного продукту на радіо і телебачення;
- 6) фінансово-розрахункова робота (пошук засобів для реалізації проектів співака, облік видатків та прибутків спільної діяльності співака та продюсера).

Отже, одним з важливих завдань продюсера є створення іміджу. Імідж (англ. "образ") визначається, як "уявлення про речі і людей, яке формується переважно в ЗМІ, включаючи рекламу" [1, 518]. Імідж дозволяє посилювати особливість співака, підтверджуючи його "знак якості", популярність, рейтинг тощо. Бренд (англ. "товарний знак", "торгівельна марка") символізує комплекс інформації про виконавця і впливає на його репутацію в суспільстві. Бренд створюється засобами масової інформації, реклами тощо. Основною метою продюсера є успішна кар'єра співака та максимальний фінансовий результат. Досягнення поставленої мети залежить від професіоналізму продюсера, що включає в себе розвинену інтуїцію, впевненість, довіру, відповідальність за виконання планів, інтроспекцію в майбутнє через минуле, життєвий та професійний досвід [7, 199].

А. Жарков подає таку схему діяльності продюсера над музичним проектом: 1) початкове позиціонування; 2) прослуховування виконавця та визначення його реального рівня; 3) підписання договорів; 4) збір вихідних даних про виконавця і складання його нової історії; 5) визначення стилю і формування образу артиста; 6) написання розгорнутого плану – промоакції та прес-релізу; 7) фотосесія; 8) вибір хіта і запис сингла; 9) піар-компанія; 10) зйомки кліпу; 11) розміщення кліпу на музичному ТБ та інших каналах, інтернет-сайтах, регіональних телемережах тощо [3, 299].

Через певний час починається робота над записом та просуванням наступної пісні, пізніше – запис альбому та його презентація. В організаційному процесі продюсер стає основним суб'єктом ділових зустрічей зі спонсорами, промоутерами, рекламодавцями та іншими учасниками проекту. Так само продюсер відповідає за розробку плану та проведення концертних турів в межах держави та закордонних гастролей. Отже, продюсер забезпечує поєднання мистецької та фінансової частини проекту співака.

Як правило, між продюсером та виконавцем укладається контракт – основний юридичний документ, що регулює їх ділові відносини. Контракт укладається відповідно до існуючих норм громадянського та авторського права, в ньому визначаються терміни виконання, умови оплати, кінцевий результат, взаємні зобов'язання сторін тощо [4].

У нинішніх умовах, на жаль, не всі продюсери готові працювати з потенційними, талановитими співаками, якщо в останніх немає грошей чи спонсора. Такі виконавці змушені самотійно організовувати та контролювати процес свого творчого становлення.

З особистого досвіду хочу зазначити, що виконавська діяльність *без продюсера* має складнощі, оскільки ті перелічені вище функції менеджера лягають на плечі самого співака. Творча особистість, окрім пошуку репертуару, роботи над самовдосконаленням, розвитком голосових здібностей, має самотійно знаходити шляхи концертної діяльності (домовлятися за концерти, оплату, умови перебування на ті чи інші заходи), одночасно виконувати функцію іміджмейкера (шукати свій образ, знаходити ідеї для створення костюмів), режисера-постановника своїх концертних номерів (якщо необхідний балет) тощо.

Проте з психологічної точки зору для професії артиста найскладнішим завданням є самореклама чи самопредставлення, адже митець – носій духовної культури, яку не можна оцінити в ринковому еквіваленті. Наприклад, поки артист ще маловідомий, йому важко домовлятися за оплату виступів (бо відсутній сам бренд та імідж), співак не обізнаний з ринком та можливостями клієнтів так, як продюсер. Виконавець без продюсера також має сам відстоювати себе, свої права у разі виникнення проблемних ситуацій (наприклад, порушення домовленості оплати, погані умови проживання в готелі, зміни в концертній програмі тощо, що може викликати стресовий стан виконавця). Такі випадки можуть негативно позначатись та стані здоров'я співака, про що засвідчують слова Л. Дмитрієва: "Великі хвилювання перед виступом можуть привести до загальмування ... нервової системи і неможливості співати" [2, 97].

Наведемо такий приклад. Під час виступу на одному з престижних українських фестивалів мені довелося відчувати необхідність підтримки продюсера. Досвід концертної діяльності підказував, що треба бути готовим до різних ситуацій. Під час виступу технічне оснащення працювало проти мене: поступово зменшувалось мікрофонне підсилення голосу, тоді тихіше стало чути себе в моніторах, наостанок під час виконання акапельного твору режисери ввімкнули сценічний димовий ефект, який заважав співати "живим" звуком. Проте враження слухачів було позитивне і я під оплески зійшла зі сцени. Тут підійшла одна пані з претензіями щодо мого виступу (між піснями я звернулась до режисера поправити звучання мікрофону), маючи на меті здійснити психологічний тиск. Подумати б: навіщо це їй? Як виявилось пізніше, та особа була причетна до продюсування виконавиці, яка виступала після мене. Для цієї співачки було створено програму з хореографічною постановкою протягом 30-ти хвилин, після чого здійснено спеціальну відеозйомку з метою реклами виконавиці. Отже, саме конкуренція спричинила таке відношення до мене, бо за піар-планом основним відкриттям фестивалю мала стати саме ця артистка. Інтуїція відчувала, а факти підтвердили те, що сьогодні конкурентноспроможний виконавець без продюсера є незахищеним. Якщо розглянути цю ж ситуацію, але у випадку наявності продюсера, то можна зрозуміти, що всі організаційні проблеми та конфлікти вирішував би не співак, а його менеджер. За таких умов продюсер контролював би звучання мікрофону, поведінку оточуючих по відношенню до артиста, оберігаючи його спокій та психоемоційний стан.

Проте роль продюсера в становленні та творчому розвитку українського виконавця має і свої негативні сторони. Це стосується того моменту, коли співаку нав'язують чужі для нього смаки, руйнуючи його естетичні ідеали. Таке часто можна спостерігати в популярних нині шоу-програмах ("Фабрика зірок", "Шанс", "Х-фактор" та ін.). Закликаючи талановитих людей до великої сцени, продюсери телешоу ставлять свої умови та вимоги до стилю, манери співу, культури поведінки артистів тощо. Основним для керівництва даних проєктів є "формат", під який співаки з українськими піснями та зовнішністю не завжди підходять. З цього приводу наведемо цитату видатного українознавця П. Кононенка: "Ми всі стали свідками, як у популярній телепрограмі "Шанс", дівчині з Хмельниччини не дозволили заспівати українську пісню про матір, а змусили виконувати російську пісню. ... Вона довго не погоджувалася, ... але шансовики поставили умову:

"Соглашайся, у тебя такое русское лицо, а то вообще петь не будешь" [9, 337]. Таким чином, українські співаки під впливом установок продюсерів перестають бути собою. Співак – митець, тому має залишатися вільним у творчості. Ця свобода полягає у самовираженні, самоствердженні, прояві власного новаторства, первинності свого мистецтва, що дає духовне піднесення та задоволення від творчості [7, 202]. Якщо ж продюсер унеможлиблює існування творчої свободи виконавця, натомість нав'язує власне бачення, співак втрачає духовно-мистецьку рівновагу. Національна ідея через пісенне мистецтво, про яку відзначала Р. Кириченко, нині втратила свою актуальність. Саме тому сьогодні деякі українські виконавці змушені обходитися без продюсера.

Отже, становлення та творчий розвиток українського співака в сучасному світі нерозривно пов'язані з діяльністю продюсера – людини, яка забезпечує успіх кар'єрного росту виконавця.

#### ***Використані джерела:***

1. Банківський менеджмент: Навч. посібн. для ВНЗ // О. Кириченко, І. Гіленко, А. Ятченко. – К. : Основи, 1999. – 671 с.
2. Дмитриев Л.Б. Основы вокальной методики. – М.: Музыка, 2007. – 386 с., нот, ил.
3. Жарков А.Д. Продюсирование и постановка шоу-программ: Учебник для студентов ВУЗов культуры и искусств. – М. : Изд. Дом МГУКиИ, 2009. – 470 с.
4. Закон України "Про авторське право і суміжні права" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3792-12>
5. Закон України "Про національний культурний продукт" / проект В. Кириленка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://maecenas.com.ua/patronage-and-governance/laws-and-bills/639-zakon-pro-nacionalniy-kulturniy-product.html>
6. Закон України "Про театри і театральну справу" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2605-15>
7. Касаткина С.А. Творец и менеджер // Зеркало. Литературно-художественный и научно-просветительский альманах МГУКИ.– М. : Изд. Масс-Медиа МГУКИ, 2008. – 271 с.
8. Кириченко Р.О. Я козачка твоя, Україно. – Полтава : ВАТ "Видавництво "Полтава", 2003. – 212 с., іл.+16 с. вкл.
9. Українці у світовій цивілізації і культурі: Колективна українознавча монографія. – К. : НДІУ, 2008.– 400 с.

## **ВОКАЛЬНО-ІНСТРУМЕНТАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ФОЛЬКЛОРНОГО АНСАМБЛЮ "ВОЛОДАР")**

Утворення української суверенної держави в 1991 році позитивно вплинуло на всі прояви національного життя. Здобуття Україною незалежності відкриває принципово нові можливості перед культурою. Було дано значний імпульс розвитку національної культури шляхом зняття обмежень на її поширення, дозволу підприємницької і комерційної діяльності в сфері культури, що особливо виразно виявилось у розширенні видавничої діяльності, появі нових часописів, в інтенсивному розширенні й насиченні радіотелевізійного ефіру конкуруючими програмами національно-культурного змісту.

Молоде покоління активно цікавиться своїм минулим, прагне знайти власні історичні корені. Саме тому українське мистецтво цього періоду дедалі частіше звертається до народних джерел, широко використовуються фольклорні мотиви в академічній та естрадній музиці.

Відродження народної творчості, звернення мистецтва до національних традицій та рис можна також вважати глобальним феноменом сучасності. Внаслідок глобалізації відбувається наближення культур різних країн світу, люди стають причетними до цілого ряду культур, часто самотутні національні культури поглинаються масовою культурою, все більшої актуальності набуває поняття мультикультурності. Але як реакція на глобалізаційні процеси в світі сьогодні стрімко зростає відчуття власної унікальності й самотутності у народів та регіонів.

Характерною рисою української культури ХХІ століття стає звернення до народної традиції. Деякі митці використовують фольклор лише як натяк, або елемент екзотики у своїй творчості, інші виконують народні пісні в автентичній манері.

Одним з таких є фольклорний ансамбль "Володар". Гурт був створений 1993 року за ініціативою Ірини Клименко в руслі течії "автентичного співу", яку ще наприкінці 70-х рр. започаткував ансамбль дослідників і виконавців української народної музики "Древо". Творчий колектив "Володаря" складають студенти Національної музичної академії ім. П.І. Чайковського, Київського національного університету культури і мистецтв, учні київської дитячої музичної школи № 22.

Вік учасників – від 5-ти до 25 років. Керівник ансамблю (з 2003 року) Маргарита Скаженик – етномузиколог, викладач, науковий співробітник Наукової проблемно-дослідної лабораторії музичної етнографії при Національній музичній академії України ім. П.І. Чайковського.

Назва гурту походить від тексту веснянки "Володар-Володар, одчиняй Ворота!" Основними завданнями колективу є дослідження на наукових засадах, реконструкція та відтворення календарно-обрядового музичного фольклору. "Володар" виконує архаїчні пісні та традиційні обряди. Репертуар колективу складають виключно матеріали, зібрані особисто учасниками у власних науково-дослідних фольклорно-етнографічних експедиціях теренами України, переважно Полісся (Рівненщина, Волинь, Житомирщина), Підляшшя та Білорусії. Гурт "Володар" виконує традиційні календарні та родинні обряди: водіння кози, проводи зими, весняні заклички і хороводи, великодні ігрища, весілля, а також календарно-обрядові пісні (купальські, обжинкові, колядки, щедрівки), ліричні, солдатські, жартівливі пісні.

Фольклорний ансамбль "Володар" є лауреатом міжнародного фольклорного фестивалю "Коляда" (м. Рівне, 1999), дипломант фольклорних фестивалів "Покуття" (м. Харків, 1996) і "Толока" (м. Харків, 1997), постійним учасником вечорниць та численних фольклорних свят у м. Києві.

Завдяки автентичній манері виконання для кожного співака відкриваються можливості самовиявлення: індивідуальні розгалуження мелодичних ліній у календарних піснях (так звана гетерофонія), "змагання" сольних партій у ліриці, що досягають вищого рівня музичного опікування – імпровізації.

Ранньотрадиційна музика більшості європейських народів зафіксована лише в письмових джерелах. Українці ще мають унікальну можливість спостерігати свою традиційну музичну культуру в "живому звучанні". Автентичне виконання етнічної музики, тобто виконання її природними носіями звичаїв і традицій, сьогодні завершує довгу епоху свого існування. Сучасні збирачі фольклору працюють з останнім поколінням носіїв етнічної музики, котре ще пам'ятає за яких обставин та яким чином виконувались найдавніші ритуальні мелодії, що ними супроводжувались найбільші давньоукраїнські свята. Сьогодні давнім виконавцям наслідують не їхні безпосередні нащадки, як то велося віками, а міська молодь, що засвідчує глибокий інтерес молодого покоління до українського музичного фольклору та традиційної культури попередніх поколінь.

## **ДО ПИТАННЯ ПРО ВИТОКИ ТА СПЕЦИФІКУ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Поняття "продюсер" широко увійшло в наше життя як відображення затребуваності цієї діяльності. Однак форма даної спеціалізації ще не впорядкована та іноді наділяється різними значеннями. Для осмислення специфіки продюсерської діяльності важливо дослідити витоки та підстави виникнення цього явища.

На межі XIX та XX століть, у часи стрімких змін у різних галузях науки, культури, суспільного життя, виникла потреба у нових формах поєднання споживача з творами мистецтва, види яких до цього моменту мали або традиційні, інституційні форми (театр, цирк), або не потребували їх (наприклад, творчість художника, композитора, поета).

Твори мистецтва почали випускатися переважно з розрахунком на масове споживання. У культурному житті суспільства почали формуватися система організації самого споживання культури та ініціювання попиту на твори мистецтва. Таким чином, виникла потреба у посереднику між мистецтвом та публікою, що й обумовило соціальне замовлення на фігуру продюсера як професіонала у даній галузі діяльності. Глибинні зміни соціокультурної ситуації, перебудова взаємовідносин мистецтва і публіки суттєво посилили потребу в тих, хто дозволить митцю бути затребуваним, а публіці орієнтуватися у різноманітті художньої пропозиції, що певним чином формувалася під впливом науково-технічного прогресу.

Деякий час продюсування "шукало себе", але вже діяльність перших представників – Михайла Лентовського та Сергія Дягілева – виявила усі характеристики та специфіку професії продюсера.

Перша важлива професійна характеристика продюсера – інтуїтивно "відчувати час". Друга – вміння розуміти публіку. У поєднанні ці дві риси дозволяють продюсеру виконувати свою основну функцію – оцінити потенціал художньої ідеї, її актуальність. Так, відомий художник, археолог, мандрівник та громадський діяч Микола Реріх високо оцінював діяльність Сергія Дягілева, зазначаючи, що його проекти випереджали час. Сьогодні "Російські сезони" визнані як практичне втілення мрії митців "срібного віку" щодо синтезу мистецтв.

Продюсер також має визначити, хто в змозі втілити задуманий проект у художній формі. Звідси третя професійна риса – вміння відчувати творчій потенціал. Зокрема, важливим є вміння об'єднати професійний потенціал різних спеціалістів та ефективно його використати. Так, залучення Михайлом Лентовським видатного російського зодчого Федора Шехтеля до своїх проектів забезпечило їм надзвичайний успіх і шалену популярність у публіки. Один з таких заходів – народне гуляння під назвою "Весна-красна", що по суті було театралізованою ходою з грандіозною мистецькою програмою на Ходинському полі і на сьогодні вважається зразком святкової естради. Сам Ф. Шехтель досить широко втілював у цих заходах свої творчі задуми, починаючи зі створення ескізів костюмів, декорацій, афіш і завершуючи спорудженням павільйонів, галерей, відкритих естрад, театрів.

Велике значення має сама особистість продюсера, його культурний рівень та обізнаність у тій галузі, якою він займається. Наприклад, С. Дягілев був гарно освіченим і тонко розумівся на мистецтві, що допомагало йому виявляти та відкривати таланти, безпомилково відчувати "пульс" часу, передбачаючи та втілюючи те, що стало новим словом у мистецтві.

Сучасне мистецтво в значній мірі відноситься до ери "масової культури". На перетині ХХ–ХХІ століть черговий раз відбулася зміна культурних моделей, а науково-технічний прогрес активно відзначився докорінними перетвореннями суспільного буття, про що свідчать дослідження в галузі філософії та культурології. У наш час активно співіснують традиційні високі форми мистецтва та його "масові" версії – зокрема, твори мистецтва стали предметом серійного репродукування; став можливим розрахунок на "широке споживання" творів (для "масового" глядача, читача, слухача); роль художнього впливу зводиться до емоційної розрядки, відпочинку від буднів.

У культурний процес сучасної України продюсування вбудовується достатньо важко: відродження цієї професії припадає на складні структурні перебудови у художній культурі. Багато вітчизняних проектів реалізуються за іноземними моделями, при цьому не враховуються ментальні особливості, культурні традиції – важливими є лише комерційні інтереси. Врешті-решт, подібні проекти художньої цінності для національної культури не представляють. Зараз в Україні створилася така ситуація, коли можна сформулювати українську модель продюсування, відповідно до витоків та специфіки діяльності, що її започаткували перші представники даної професії.

### *Використані джерела:*

1. Полякова Е. Николай Рерих. – М.: Искусство, 1985. – 304 с.
2. Смелянский Д. В нашей профессии имя дороже денег // Культура. – 2005. – № 38. – С. 32-34.
3. Флиер А. Культурология для культурологов. – М.: МГУКИ, 2009. – 693 с.

*Терещенко-Кайдан Лілія Володимирівна*  
*Україна, м. Київ*

## **ДИСЦИПЛІНИ ЛІТУРГІЧНО-БОГОСЛОВСЬКОГО ЦИКЛУ ЯК ПРЕДМЕТ ВИКЛАДАННЯ СПЕЦІАЛЬНИХ КУРСІВ**

На сучасному етапі розвитку хорового мистецтва склалася ситуація коли основним осередком відродження, збереження та розвитку хорової культури стала церква. Випускники хорових відділів ВНЗ України частіше за все опиняються чи за регентським пультом, чи у складі церковних хорових колективів різних церков, у більшості випадків православних. У Православній Церкві молитви, відправа священнослужителів та хоровий спів відіграють визначну роль у донесенні Слова Божого до мирян. На відміну від Католицької Церкви та протестантських церков, де оформлення богослужіння відбувається ще й за допомогою інструментальної музики, в православ'ї хор є єдиний, живий організм Слова, і цей досконалий "кладезь" необхідно берегти й плекати.

Саме тому на базі хорових та теоретичних відділів вищої школи в Україні після падіння атеїстичного режиму було відкрито регентські спеціалізації, основним завданням яких стала підготовка фахівців у галузі церковно-співацького мистецтва. Регентська освіта у ВНЗ не є регентською освітою у спеціальних духовних навчальних закладах. По-перше, вона не має чіткого ідеологічно-конфесійного спрямування. По-друге, вона не передбачає підготовку "клірика" у вузькому розумінні цього слова. Це багатогранна освіта з класичною основою вузівських знань, спрямованих не тільки на регентську практику в церкві, а й на науково-дослідницьку діяльність, на роботу у професійних хорових колективах.

Що ж стосується спеціальних дисциплін, то всі вони мають укладатися для регентів-практиків, а не для духівництва. Ми маємо вда-

лий приклад комплексу літургійно-богословського циклу дисциплін, сформованих й апробованих на базі Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. До цих дисциплін належать: церковний спів, історія та практика монодійного співу, літургіка (введення в літургіку, уставознавство, історія богослужбового уставу або літургієзнавство), давні церковні мови (церковнослов'янська та латинь), церковне читання, історія музики християнських церков, біблійна історія, історія християнських церков, християнська етика та естетика, догматичне богослов'я тощо. До цього списку можна додавати ще інші предмети, але у НАКККиМ викладаються саме ці курси, тому на них ми й акцентуємо увагу. У даній роботі предметом дослідження є виключно дисципліни православного (східного) обряду. Тобто дисципліни, що належать до римо-католицького (західного) обряду, наприклад латинська мова чи римо-католицький церковний спів до уваги братися не будуть.

Викладання дисциплін літургійно-догматичного циклу в НАКККиМ відбувається за кількома напрямками: церковно-співацькі, літургійні, філософсько-історичні, біблійно-догматичні, церковно-мовні. За своєю структурою дисципліни поділяються на лекційні та лекційно-практичні.

Звернемось до окремих дисциплін і спробуємо окреслити коло завдань та проблемних питань, пов'язаних з викладанням цих курсів. Почнемо з церковно-співацьких дисциплін. Це церковний спів й історія та практика монодійного співу. Дисципліни охоплюють церковно-співацький репертуар православної церкви, не враховуючи концертні та паралітургійні твори, котрі виконуються на лекціях хорового класу.

Курс "Церковний спів" розрахований на чотири семестри бакалаврату, починаючи з п'ятого, та як предмет "Церковно-співацька практика" у магістратурі. Перші чотири семестри знайомлять студентів із церковним (обиходним) багатоголоссям.

У п'ятому семестрі поряд із ввідними лекціями про сутність і систему церковного співу даються знання, пов'язані із системою осмогласся. Поруч із практичним виконанням осмогласного репертуару та знайомством з основними гласовими розспівами для піснеспівів усіх жанрових груп, вивчаються способи розспівування словесного тексту "на глас".

У шостому семестрі за навчальним планом передбачається виконання цілісного богослужіння на прикладі літургії та всеношної. До уваги беруться не тільки уставні вимоги, але й ті нюанси, що стосуються виключно церковно-співацької практики, зокрема, настрою-

вання хору під час богослужіння. Воно має відбуватися таким чином, щоб не допускати пауз, темпові відмінності кожного піснеспіву у богослужінні, нюансування, тобто усе необхідне для досягнення враження богослужіння як цілісного моноліту.

У сьомому семестрі вивчаються відмінності святкових служб, різного роду виключення, що пов'язані із поєднанням свят і складнощами виконання додаткових співів. Окремо розглядаються відмінності архієрейських служб.

Восьмий семестр обіймає співи служб Великого посту, Цвітної тріоди та треб. Опанування вищезазначеного комплексу співів надає можливість студентам вже при закінченні бакалаврату долучатися до регентської практики у церкві.

Якщо до цих знань додати вивчення монодійного співу (предмет "Історія та практика монодійного співу"), то студент у рамках бакалаврату отримує поглиблені церковно-співацькі знання, які орієнтують його не тільки до практичної, але й до наукової діяльності, пов'язаної з роботою з рукописним та стародрукованим фондами, з розшифровками піснеспівів, сприяючи відродженню старовинного церковно-співацького репертуару. Коли студент маючи вищезазначені знання приходить до магістратури, він вже в змозі писати солідні магістерські роботи, думати про майбутню наукову діяльність, а дисципліна церковно-співацька практика допоможе йому підсумувати й закріпити придбані раніше знання.

Літургічні дисципліни спрямовані на опанування майбутньої професії регента-практика. Введення в літургіку входить до складу дисципліни "Літургіка – уставознавство". Без ґрунтовних знань, що стосуються загальних положень церковного богослужіння, неможливо вивчення богослужбового уставу у вузькому розумінні.

Уставознавство для майбутніх регентів-практиків є основною літургічною дисципліною. Знання богослужбового уставу є першочерговим для роботи майбутнього фахівця. Курс з уставознавства структурований по розділах і читається у чотирьох семестрах. За своєю структурою наближений до церковного співу, тільки церковний спів – практична дисципліна, а "Літургіка – уставознавство" – теоретична.

У п'ятому семестрі викладається ввідний курс "Введення в літургіку", який передбачає знайомство з основними положеннями і термінологією, що стосуються богослужбового уставу. Крім того, подаються порядок основних богослужінь добового кола та чини всеношної та літургії. Теоретичні знання чинів літургії та всеношної допо-

можуть більш об'ємно опанувати практичний репертуар у курсі "Церковний спів" у наступному семестрі.

У шостому семестрі освітлюються богослужбові відмінності, пов'язані із богослужбовими колами та поєднанням різних святкових богослужінь співу октоїха. Сьомий семестр присвячено виняткам служб Великого посту. Це складний період у річному колі, що потребує окремої уваги. У восьмому семестрі вивчаються уставні відмінності Цвітної тріоди та треби.

Історія богослужбового уставу або літургієзнавство передбачається для вивчення у магістратурі. Цей курс спрямований не тільки для загального опанування історико-літургічних знань, а й для подальшої наукової діяльності.

До філософсько-історичних та біблійно-догматичних дисциплін належать курси, що тісно пов'язані між собою. Це "Біблійна історія", "Історія християнських церков", "Християнська етика та естетика", "Догматичне богослов'я". Усі ці дисципліни мають загально-ознайомчий характер, читаються, крім "Догматичного богослов'я", один семестр, але у викладанні спрямовані на майбутню спеціальність регента-практика. Біблійні, догматичні та історичні знання мають бути у допомозі майбутньому фахівцю при відповіді на запитання хористів, при розборі богослужбових текстів, при вивченні репертуару, при розумінні того чи іншого богослужіння, що має відправлятися у церкві. Етичні та естетичні знання мають бути у нагоді як у звичайному повсякденному житті, так і в роботі регента-практика з людьми. Адже регент працює з хором, а це в першу чергу живий організм. Потім регент і хор має тісне спілкування з вівтарем та іншими хорами, а через спів та слово з всім храмом, тобто з віруючими.

Надзвичайно цікавим та корисним є вивчення церковно-мовних дисциплін. Церковнослов'янська мова дає нам знання історії, графіки, фонетики, морфології, синтаксису, лексики тощо. Церковне читання вчить студента вірно читати від найпростішого тексту молитви "Царю небесний" до Апостола та Євангелія. Надаються спеціальні знання по користуванню богослужбовою літературою. Розглядається читання старовинних пам'яток за допомогою уставу, півуставу та скоропису. Курс "Церковні мови", що викладається у магістратурі, підводить нас до перекладів оригінальної церковнослов'янської літератури різних періодів.

Отже, викладання літургічно-богословських спеціальних курсів у вищій школі є обґрунтованим, логічно-спрямованим для опануван-

ня майбутньої професії церковного регента-практика, синхронно-послідовним (одна дисципліна доповнює іншу) й просто цікавим. Зараз, у часи повної бездуховності, коли за статистикою найчисленнішу православну церкву постійно відвідує всього 3% мирян, в Україні є нагальна потреба примножувати, розвивати, удосконалювати, а головне зберігати такі дисципліни як літургійно-догматичний цикл та такі спеціальності як хоровий диригент, регент церковного хору.

*Чегодаєв Сергій Анатольович*  
*Україна, м. Київ*

## **СПЕЦИФІКА ПРОДЮСУВАННЯ В ІНДУСТРІЇ ЗВУКОЗАПИСУ**

Починаючи підготовчу роботу над організацією проекту, необхідно визначитися в музичному напрямку, уважно прослухати матеріал артиста або групи, чітко з'ясувати напрямок музичного стилю, уявити концептуальні відмінності звучання кінцевого результату. В залежності від жанру, складу ансамблю, насиченості музичної програми необхідно підібрати оптимальну студію звукозапису. Наприклад, якщо треба записати симфонічний оркестр, відповідно слід використовувати студію, яка має належну акустичну та технічну базу (Велика концертна студія Будинку звукозапису НРКУ, Мала концертна студія Будинку звукозапису НРКУ). Якщо йдеться про поп-проект або рок-групу, що використовує переважно електричні інструменти – логічно шукати більш камерні звукозаписуючі студії (Студія "Комора", Третяков продакшн, White Studio, Svoboda records, Forest Lab тощо).

Уважно засвоївши матеріал, продюсер має уявити технологічні етапи роботи. Прорахувати кожен крок, починаючи з роботи на репетиціях, розробляючи план звукозапису по секціях, продовжуючи в студії; при необхідності відсікаючи зайве в виконанні або в формі музичного твору, тактично співпрацюючи з музикантами. Виконання для звукозапису суттєво відрізняється від концертного. Задача артиста полягає в збільшенні виразності артикуляції, що призводить до передчасної втоми. Також простежується наступна практика: виконання під час звукозапису супроводжується певним хвилюванням, особливо у музикантів-початківців – цьому сприяє атмосфера студії. Функція продюсера передбачає збалансування належної психологічної рівно-

ваги під час роботи над записом. Артист повинен відчувати свою значність, проте саунд-продюсер допомагає йому визначитися із звуковідтворенням (амплітудою, настроєм виконання, піднесенням тощо), запевняючи його, що саме так, а не інакше повинна звучати його партія, або пісня чи твір взагалі. Незалежно від тривалості перебування в студії, все повинно бути влаштовано для зручності та комфорту виконавця: від цього залежить кінцевий результат.

Продюсер повинен максимально точно прорахувати витрати на весь процес звукозапису: транспорт, репетиції, оренда студії та музичних інструментів, гонорар саунд-продюсера, гонорар звукоінженера та сесійних музикантів, витратні матеріали (струни, пластик для барабанів, широка магнітна плівка тощо), організація відпочинку та харчування.

Для роботи в студії зазвичай запрошуються досвідчені сесійні музиканти, яким вже не треба пояснювати стилістичні особливості музики, що записується, музикантів, які після прослуховування демоматеріалу чітко усвідомлюють характер твору та його особливості. Але у співпраці з сесійними музикантами є свої переваги й недоліки. Перевага – швидкість запису і передбачуваний результат. Продюсер знає, що гірше певного рівня вони не зіграють. Недоліки полягають в недостатній глибині відображення матеріалу – сесійник виконає свою партію якісно, проте в виконанні буде деяка посередність, що може поглинути первинний настрій твору, його "родзинку". Тому перед роботою в студії він повинен провести з групою або виконавцем кілька репетицій, щоб належним чином виконати свою партію. Усі приходять на запис з різним настроєм. Продюсер повинен вивести ансамбль на проектну потужність таким чином, щоб проблеми кожного лишилися за лаштунками студії, інакше нічого не вийде. Необхідна певна ізоляція від зовнішнього світу, відсутність будь-яких подразників, а саме зайвих людей, телефонних дзвінків, адже спокій та зосередженість є запорукою вдалого результату. Спілкуючись з музикантами потрібно бути відвертим, бо нерідко вони дуже чутливі. Важливо не дати їм "затиснутися".

Сплачуючи за кожну годину перебування в студії, продюсер бажає, щоб музикант відпрацьовував цей час на всі сто відсотків. Але це нелегка праця, і людині потрібен належний відпочинок, емоційне та енергетичне поповнення. Непогано, коли є фрукти, соки та води. Також необхідно оптимально зорганізувати роботу в студії: приміром, три години запис, півгодини – відпочинок. Але коли продюсер бачить, що робота пішла на належному рівні, не слід зупиняти артиста. Проте,

коли продюсер розуміє, що виконавець виснажився, останнього необхідно відпустити додому, оскільки цього дня він вже не дасть належного результату.

Робота в студії – це постійний пошук оригінального звучання, в якому полягає відображення характеру артиста, концепції звучання ансамблю (альбому), або втілення художнього образу в творі. Оптимальний варіант вишукується шляхом спроб і помилок. Можна навіть зробити все не за правилами, але досягти оригінального звучання. Завжди краще дати музикантам деякий час пограти, відчути інструменти, знайти себе. Проте коли вони налаштовані, краще попросити їх не виконувати твір повністю, щоб зберегти первинну емоційність під час звукозапису.

Процес звукозапису поділяється на три основних етапи: накопичення, зведення, мастерінг.

*Накопичення.* Якщо записується класична або джазова музика – усі музичні інструменти ансамблю чи оркестру пишуться водночас, характерно, що при цьому ані музиканти, ані звукоінженер не мають "права" на помилку. Та коли мова йде про запис сучасного естрадного ансамблю (рок або поп-музика), непогано, коли всі інструменти записуються водночас, проте так чи інакше помилятися може кожен виконавець, окрім барабанщика, партія якого лягає в основу звукозапису і повинна виконуватися одним дублем. Решту інструментів можна записувати окремо, в залежності від аранжування нашаровуючи один голос на інший, навіть при необхідності дублюючи одну й ту саму партію кілька разів. Незалежно від того, з якого інструменту починається вступ, існує певна послідовність накопичення інструментів та голосів. Зазвичай починають з ударних, потім баси (контрабас або бас-гітара), далі пишеться ритм-гітара та клавішні (баян, орган, синтезатори), далі брас-секція (група духових інструментів), і тільки після цього записуються сольні інструменти (соло-гітара, труба, саксофон, флейта, скрипка тощо), нарешті, в останню чергу пишеться вокал та підспівки.

*Зведення.* Коли матеріал накопичено, необхідно уважно відслухати запис та відредагувати його, вирізаючи зайве (робочі шуми, дихання, залишки переговорів, звукове "сміття" тощо). Так починається зведення, процес не менш творчий і дуже відповідальний. У студії збираються продюсер, саунд-продюсер, звукооператор (режисер). Також можлива присутність одного чи двох учасників ансамблю, зокрема художнього керівника проекту. Не слід запрошувати групу в пов-

ному складі. Задача зведення полягає в гармонійному збалансуванні динаміки, тембрального забарвлення та панорамного розташування голосів, розгортання подій в просторі музичної сцени. Фактично це процес перетворення багатоканального запису в моно, стерео або квадро запис.

*Мастерінг.* Так само, як і зведення, цей етап можна здійснити на окремій студії, навмисно запрошуючи окремого звукорежисера, який не був присутній при накопиченні або навіть при зведенні. Завдяки свіжому погляду на музичний матеріал, режисер надає запису тембрального забарвлення, збільшення об'єму, роблячи фонограму щільною, яскравою та соковитою. Головна суть мастерінгу, окрім прикрашання, полягає в адаптації звукозапису до існуючих нормативних стандартів телебачення, радіомовлення та індустрії тиражування платівок, компакт-дисків, касет тощо.

*Черкашина Олеся Валентинівна*  
Україна, м. Вінниця

## **ВІННИЦЬКА КУЛЬТУРНА СИТУАЦІЯ ПОЧАТКУ ХХ СТ.: АСПЕКТ ПРОДЮСУВАННЯ**

В останні роки значно підвищився інтерес до музично-театральної культури регіонів, зокрема Вінниці. Історичне минуле невеликого провінційного містечка, що від початку ХХ ст. стає економічним і культурним центром Подільської губернії, викликає приємний подив, адже саме до Вінниці найбільше приїжджали на гастролі з різних міст (Рязань, Одеса, Київ, Чернігів, Санкт-Петербург, Краків тощо) відомі на той час музично-театральні трупи та окремі виконавці, пропозиції щодо виступів яких заздалегідь надходили від антрепренерів.

Культура Правобережної України мала давні традиції. Тривалий час польська мова, культура панували на подільській землі, подавляючи будь-який прояв місцевої самобутності, проте саме поляками були закладені підвалини музично-театрального життя регіону. Відомим є факт існування у деяких польських і українських панських маєтках музично-театральних труп (зокрема німецької, італійської, французької, польської оперних труп), хорових капел, симфонічних оркестрів, у яких грали і співали музиканти-українці. Ситуація змінила-

ся лише на початку ХХ ст., коли зі зміною політичного становища в країні, українська культура отримала шанс на відродження.

Будівництво у 1910 р. вінницького театру, який став центром мистецького життя усього Правобережного регіону (від 1902 р. культурним центром Вінниці був Народний дім), сприяло притоку до міста відомих виконавців-солістів, колективів, зокрема музично-театральних труп з оперно-балетним репертуаром. Продюсуванням творчої діяльності місцевої трупи займалися Т. Лентовська та уповноважений її дирекції С. Арнольд. І хоча склад трупи ще не був повністю сформованим, уже на початку грудня 1910 р. відбулася перша вистава. Відзначимо, що Т. Лентовська зробила значний внесок у розвиток театральної справи на Поділлі: за власний рахунок забезпечувала театр якісними декораціями, чималі гроші витратила на рекламу театру по всій театральній Росії, що "поставило его в разряд первоклассных театров". Власне саме вона здійснювала організаційно-фінансовий та художній контроль, зокрема над постановкою вистав, виконуючи обов'язки, у перекладі на сучасну мову, "продюсера". І хоча, здавалося б, на той час терміну "продюсер" не існувало, все ж зміст звичайно залишався.

Ще до початку Першої світової війни на Поділлі відбувався розквіт економіки, освіти, культури. Великий приплив гастрольних труп та окремих виконавців був звичним явищем для вінничан. Політична ситуація в країні напередодні війни ускладнювалась, однак незважаючи на воєнний стан і занепад периферійних міст культурне життя Вінниці не припинялося. Помічаючи підвищений інтерес до культурних потреб солдат, антрепренери-продюсери гнучко використовували репертуар, дбали про його відповідність запитам, що стало причиною пониження рівня. З афіш театрів поступово зникають старі класичні вистави, на зміну яким приходять дешеві, комерційні п'єски. У репертуарі труп, як російських, так і українських, почали з'являтися низькокатегорійні комерційні хіти, написані маловідомими російськими авторами. Подібні новинки сезону (поряд із класичними виставами) пропонувала і Московська оперета, що гастролювала у Вінниці з власним хором і оркестром. Сезону 1915-16 рр. у репертуарі новоствореної трупи вінницького театру із запрошених виконавців з кращих Київських музичних театрів, зокрема балету, поряд з одноактними оперетами і комічними операми, оперетами-фарс, комедіями утверджуються оперні твори. Артисти театру також влаштовували концерти, на яких звучали сцени з опер.

Національно-культурне відродження створює плідний ґрунт для розвитку театру, поширення в Україні театральної справи. Провідником державної театральної політики, на зміну приватним антрепренерам, керівникам театрів тощо, стає Театральна комісія.

*Черниш Маріанна Олегівна  
Садовенко Світлана Миколаївна  
Україна, м. Київ*

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ УКРАЇНСЬКОГО ОБРЯДОВОГО СТРОЮ ТА ФРИЗУРИ В ПРОДЮСЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СТВОРЕННЯ СЦЕНІЧНОГО ОБРАЗУ**

Створення сценічного образу – це складний і своєрідний процес, який потребує від продюсера значних не тільки фінансових затрат і часу. Створений на сцені артистом образ (за задумом продюсера і завдяки праці режисерів, постановників, групи дизайнерів, художників та інших фахівців) є для глядачів об'єктом пізнання цього артиста, предметом їхнього захоплення. Тому створення сценічного образу – це результат серйозної і кропіткої праці команди професіоналів.

Нині можна спостерігати, що при створенні сценічного образу сучасні продюсери та окремі виконавці все більше звертаються до використання в сценічному одязі елементів українського обрядового строю та фризюри (головного убору). Варто зауважити, що вагомого акценту при цьому набуває зростання інтересу не тільки до зовнішньої краси українського народного вбрання або головного убору, а й до врахування функцій останніх, зокрема, захисної, обрядової, оберегової, естетичної, етнічної, регіональної, національної, соціально-економічної, статевовікової тощо. Прикладом може слугувати телевізійна кінокомедія-мюзикл "Вечори на хуторі біля Диканьки" 2001 року, яка була поставлена за мотивами повісті Миколи Гоголя "Ніч перед Різдвом", що вийшла 1832 року у складі збірки "Вечори на хуторі біля Диканьки". Прем'єра фільму відбулася у новорічну ніч 2002 року на телеканалах "Інтер" (Україна) та "ОРТ" (Росія) [3]. Художники Олексій Левченко, Михайло Левченко та Анжела Лисиця (костюми) ретельно підійшли до відображення українського національного костюму та різноманіття головних уборів з їх відповідністю до віку діючих персонажів. Також до особливостей фільму належать музичний

супровід у формі українського народного співу хору "Берегиня", осучасненого аранжуванням продюсера і композитора Костянтина Меладзе та унікальний зірковий акторський склад. Цей фільм започаткував собою серію подібних новорічних мюзиклів Семена Горова та Костянтина Меладзе, наступними з яких стали "Попелюшка" (за мотивами казки Шарля Перро) (2002) та "Сорочинський ярмарок" (2004) (за мотивами роману М.В. Гоголя) з використанням національних мотивів не тільки в одязі, а й у піснях, характерних говірках та поведінці діючих персонажів.

Одним із найважливіших елементів українського обрядового строю у сучасному народному сценічному образі залишаються численні й різноманітні види фризур (жіночі головні убори). З метою доцільного їхнього застосування, продюсеру необхідно знати історичне, сакральне, обрядове їхнє підґрунтя. Щоби не допустити того, що можна сьогодні доволі часто спостерігати на сцені, зокрема, дівчинка або заміжня жінка виходять у дівочому вінку (таких прикладів можна навести цілий ряд), продюсеру належить знати те, що в минулому жінка обов'язково носила свій головний убір (намітку), а незаміжня дівчина носила прикрашену головну пов'язку. Головні убори прикрашались металевими бляшками, перлами, бісером, намистом. Незамінною деталлю жіночих головних уборів були скроневі прикраси, які несли в собі свій сакральний зміст і значення.

Найпростіші головні убори називались "плата". Вони виготовлялись із шматка тканини, яка фіксувалась на голові плетеним обручем. Серед археологічних знахідок зустрічаються каркаси головних уборів у формі кокошника.

Основною частиною головного убору жінки були скроневі кільця. Вони відрізнялись у різних областях матеріалом. Загалом вони виготовлялись з бронзи, золота, заліза, срібла. Скроневі кільця носили у вухах, саме тоді кільця нагадували сережки. Жінки могли одягати по декілька скроневих кілець одразу.

Відзначимо також, що в останні десять років використання елементів українського обрядового строю та фризур стало популярним не лише в Україні. Створення історичних образів за допомогою застосування елементів українського обрядового строю та фризур можемо спостерігати в сучасних колекціях модних дизайнерів (Гуччі, Готьє). Також прикладом може слугувати колекція "Париж-Москва" для будинку моди Шанель. У цій колекції відомий дизайнер К. Лагерфельд звернувся до використання елементів українських головних вінців та скро-

невих кілець, імітації вінців на скроневі вжив за допомогою зачісок. Сучасний модельєр В. Зайцев у колекції "Осінь-зима 2009-2010", створив головні убори, які нагадують народні кокошники та вінці, оздоблені скроневими кільцями.

Отже, використання елементів українського обрядового строю та фризур при створенні сценічного образу у продюсерській діяльності, застосування при цьому знань з історії й етнографії, використання новітніх технологій у сфері дизайну одягу, додасть не тільки історичної правдоподібності портрету героя, а й слугуватиме збереженню українських народних традицій.

### ***Використані джерела:***

1. Білан М.С, Стельмашук Г.Г. Український стрій. – Львів: Фенікс, 2000. – 325 с.
2. Білецька В. Українські сорочки, їх типи, еволюція й орнаментация // Матеріали до етнології та антропології. – Львів, 1929. – Т. 21–22. – Ч. 1.
3. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/Вечори\\_на\\_хуторі\\_біля\\_Диканьки\\_\(2001\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Вечори_на_хуторі_біля_Диканьки_(2001)).
3. Горленко В.Ф. Матеріальна культура українців в контексті порівняльно-етнографічного вивчення слов'ян // Народна творчість та етнографія. – 1983. – № 3.
4. Народний костюм як виразник національної ідентичності: збірник наукових праць; [за ред. д-ра мист-ва М. Селівачова]. – К.: ТОВ "ХІК", 2008. – 310 с., іл.

# СТУДЕНТСЬКІ СТУДІЇ

*Бондарева Олена В'ячеславівна*

*(наук. керівник – професор НАКККиМ Горенко Л.І.)*

*Україна, м. Київ*

## **ПРОБЛЕМА МУЗИЧНИХ ПОТРЕБ, ЗАПИТІВ І ЦІННОСТЕЙ У СТУДЕНТСЬКОМУ МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ: СПРОБА СОЦІОКУЛЬТУРНОГО АНАЛІЗУ**

У найбільш повному трактуванні музична культура являє собою взаємодію всіх трьох ланок відомої тріади: композитор – виконавець – слухач. Але, здебільшого, остання ланка виявляється поза увагою музикознавців і культурологів. А даремно, оскільки соціальні форми буття музики значною мірою обумовлюють і природу творчості, і поширення певних жанрів і форм музикування, як і рівень і спрямованість виконавства. Так, І. Стравінський свого часу підкреслював вплив публіки на творчість композитора-творця, зазначаючи при цьому згубний вплив на слухачів легкої доступності музичних вражень завдяки новим технічним засобам. А. Шенберг скаржився на зниження музичних смаків аудиторії й поширення вульгарності. А. Онеггер викривав комерціалізацію музичного життя в сучасному йому індустріалізованому суспільстві. П. Хіндеміт багато міркував щодо сучасної йому побутової музики й висловлював тривогу через панування розважальності й "забруднення" оточуючого музичного і звукового середовища.

Існує певна сфера музикознавства, яка в Україні, на мій погляд, на даний момент не на стільки розвинута. Це – музична соціологія, тобто дослідження найрізноманітніших форм побутування музики в суспільстві. Адже соціальна обумовленість творчості виявляється дуже важливим чинником для її прогресу чи регресу. Проблема ціннісно-змістової сфери особистості, зокрема ціннісних орієнтацій, вважається в колі цих питань однією із стрижневих. Це зумовлено тим, що внаслідок змін, які мали місце в житті нашого суспільства і супроводжувались зміною стереотипів та норм посттоталітарного суспільства, перед людиною виникла проблема постановки власних цілей та визначення реальних можливостей їх досягнення. Досягнення цієї мети за умов, коли старі принципи та цілі втрачають своє значення, а нові ще не затвердились, актуалізують потреби вивчення цінніс-

но-змістової сфери людини, ціннісних орієнтацій, їх структуру, ієрархію та чинники, що їх визначають.

Дана стаття має на меті висвітлення реальної ситуації музичних потреб, запитів і цінностей в середовищі студентської молоді, з урахуванням реальних факторів та історико-соціальних механізмів, які впливають на формування музичних смаків та потреб молоді. Спеціально звертається увага на специфіку музичних потреб, запитів і цінностей у вимірі національної ментальності і традиції історичного розвитку культури. Спочатку пропонується ідеальна гіпотетична модель музичних потреб, запитів і цінностей даної суспільно-вікової групи, а потім – її реальне втілення на основі проведеного соціологічного тестування.

Отже, коротко окреслимо ідеальну гіпотетичну модель музичних потреб, запитів і цінностей, що видається найбільш доцільною з точки зору формування соціалізованої особистості, тобто особистості, яка в професійному, етичному, комунікативному планах є найбільш бажаною для суспільства. У такому випадку йдеться про те, що музичні запити і потреби мають задовольняти:

- морально-виховна функція – сприяння становленню етичних засад і переконань особистості, які дозволяють їй уникнути асоціальних форм поведінки. Вона містить як складовий елемент також функцію катарсису;

- пізнавальна функція – пізнання світу і себе самого через специфічні форми музики, через високу духовну цінність мистецтва;

- автокоригуюча функція – розвиток креативного потенціалу особистості (за А. Маслоу);

- репрезентативна функція – усвідомлення престижності причетності до високої музичної культури соціальної вагомості знання і відвідування музичних акцій найвищого рівня; це належить до умов соціальної акцептації особистості;

- терапевтична функція – корекція психофізіологічного стану через музику. Так, ще в античні часи Платон ставив музику в один ряд з гімнастикою, яка "виховувала здорове і красиве тіло", а музику – "лікувала душу";

- патріотична функція (функція національної самоідентифікації) – усвідомлення приналежності до історії і культури нації через її музичні надбання;

- суспільно-комунікативна функція – засіб об'єднання і спілкування людей (форми домашнього музикування, музичні салони тощо);

- розважальна функція;

- комунікативна функція як форма спілкування, своєрідний медіум, ретранслятор, засіб передачі ідей творця оточенню.

З метою виявлення дієвості зазначених функцій біло запропоноване соціологічне тестування серед студентів різних спеціальностей і в різних регіонах України. Експеримент проводився в дванадцяти навчальних осередках у різних регіонах України в лютому-березні 2004 року у гуманітарних, технічних і т.зв. престижних, тобто тих, які користуються найбільшим попитом, навчальних закладах. Таким чином, можна стверджувати доволі об'єктивну і об'ємну сукупну модель українського сучасного студента, майбутнього представника інтелектуальної еліти нації, у визначенні категорії музичних інтересів, потреб і запитів.

На перше запитання анкети "Які Ваші особисті потреби задовольняє музика?" відповіли всі респонденти, причому найбільшу кількість голосів отримав третій варіант – 29% (інтелектуальна).

У другому запитанні анкети "Що означає для Вас відвідування концертів, музичних акцій?" найбільшу кількість голосів отримав другий варіант відповіді – 55% (форма дозвілля).

Щодо третього запитання "Хто, на Вашу думку, в найбільшій мірі сформував Ваші музичні смаки, уподобання?", то тут найбільшу кількість голосів отримав другий варіант – 28% (друзі).

Четверте запитання "Якій музиці Ви надаєте перевагу?" найбільшу кількість голосів тут отримав другий варіант відповіді – 42% (естрадний).

Наступне запитання "Яка естрадна музика Вам найбільше подобається?" сприйнялось з великим інтересом, при тому найбільшу кількість голосів отримав третій варіант відповіді – 41% (зарубіжна).

Серед прерогативних питань соціологічного експерименту є питання відвідування концертів та музичних акцій. Концерти класичної музики систематично відвідує лише 8%.

На основі проведеного тестування спробуємо стисло окреслити відповідність реального стану речей в молодіжному елітарному середовищі України із функціями ідеальної моделі:

- морально-виховна функція (функція катарсису) виражена не надто яскраво;
- пізнавальна функція відносно непогано виражена;
- автогорируюча функція виражена трохи більше, ніж морально-виховна;
- репрезентативна функція дуже слабо виражена;
- патріотична функція (функція національної самоідентифікації) найслабше виражена.

- суспільно-комунікативна функція виражена доволі слабо;
- розважальна функція – одна з найактуальніших.

Ситуація, яка склалася, зумовлена кризою культури ставлення українського суспільства до власного функціонування та розвитку, що є наслідком фрустрації суспільної свідомості. Мистецький простір ХХІ століття заповнили продукти масового мистецтва, сурогатні форми духовності. В суспільстві зруйновано більшість форм самореалізації та самоствердження людини, яке здебільшого здійснювалося на підставі освіти. Однак останнім часом цінність знань втрапилася. Виходячи з цих обставин, найнебезпечніше у сучасному розвитку суспільства вбачається не в економічній та соціальній кризах, а в появі відчуття духовної порожнечі та безперспективності існування.

О. Шпенглер висловився у праці "Сутінки Європи": "Кожна культура виявляє глибоко символічний зв'язок з протяжністю, з простором, в якому і через який вона шукає самореалізації. Як тільки мета досягнута і ідея, вся повнота внутрішніх можливостей завершена ззовні, культура миттєво закладає, відмирає, її кров згортається, сили надламуються - вона стає цивілізацією". Але існуючу культуру, доки вона ще не перетворилася в "мертву" шпенглерівську "цивілізацію", так само, як і живу людину, цікавить у більшій мірі реальна цінність власного буття.

Не маючи можливості дистанціюватися від реального існування, кожна культура оцінює своє існування, виходячи із свого культурного сценарію. "Культурні сценарії – це ті прийняті прогнозовані та драматичні форми, які відбуваються у даному суспільстві". Теми сценаріїв, змінюючись від культури до культури, визначають ціннісні відношення щодо життя конкретної культури та напрямків розвитку пізнання. Перехідна доба, в якій опинилась наша країна, завдала відчутного удару по системі музичного виховання, що склалась за радянських часів. Проте вже зараз визначились певні шляхи і засоби подолання кризових явищ. З одного боку – це перебудова системи державної музичної освіти, залучення до неї гнучких форм навчання, впровадження нових спеціальностей, розширення прав і самостійності державних вузів. З іншого – розвиток альтернативної музичної освіти, політика якої формується і розвивається на засадах соціально-політичних і економічних реалій, що склались. Сучасна молодь надто далеко зайшла по шляху заперечення, вона виявляється невідповідною до життя в нових умовах. Їй необхідна не лише перспективна, але й ретроспективна орієнтація.

### *Використані джерела:*

1. Ластовецька З.М. Деякі проблеми соціокультурного аналізу музичного життя (за матеріалами англійських та американських соціокультурних досліджень) // Українське музикознавство: Науково-методичний збірник. – Київ: НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2005. – Вип. 34. – С. 33–41.

*Варга Микола Михайлович*  
(наук. керівник – професор НАКККиМ Горенко Л.І.)  
Україна, м. Київ

## **ПРОДЮСУВАННЯ ЯК СФЕРА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ**

Процес переходу України до ринкової економіки торкнувся всіх сфер геополітичної, економічно-господарської, інтелектуальної та культурно-освітньої діяльності, зокрема і в галузі музичної індустрії. У цій сфері культури сталися докорінні зміни. Найголовнішою зміною є виділення економічного блоку взаємин у музичній індустрії. Таким чином, економіка музичного проекту, поруч із творчістю, стала невід'ємною частиною музичного проекту, концепції, яка включає вирішення теоретичних та практичних завдань. Взаємодія вищезазначених складових забезпечує конкурентоспроможність і надає оцінку оригінальності того чи іншого музичного проекту в контексті національної української культури. Музичне продюсування – це складний і багаторівневий процес, який жадає від продюсера як творчо-керівної постаті великої віддачі сил, часу й нервів.

На сьогодні всім відомі основні функції менеджменту, їх лише сім: організація, контроль, координація, регулювання, передбачення, активізація, дослідження. Історично так склалося, що менеджмент – це управління в умовах ринкової економіки, і є поняття переважно пов'язане зі зміною форм власності і збільшенням ролі людського фактора.

Основними ознаками менеджменту як своєрідного типу управління є організаційні форми управління (гнучкі і адаптовані до процесів ринкової поведінки компанії), професіоналізм персоналу, організаційні пріоритети (людський фактор), мотивування ефективної діяльності, особистісний чинник (творчість і мистецтво менеджера, виділення креативного компонента).

Роль продюсера міцно пов'язана з визначенням менеджменту, але, як і в будь-якій сфері діяльності має певну специфіку. Саме собою поняття продюсер в Україні радикально відрізняється від розуміння цієї професії в інших країнах. Їх продюсер – людина, що робить музику. Однак в Україні справи інакші, продюсер – людина, яка знаходить спонсорські, інвестиційні кошти на просування проекту, є також організатором різноманітних творчих, управлінських, правових і соціальних економічних подій, процесів і явищ.

Всі учасники і регіональні партнери продюсерського проекту розділені на блоки, що відповідають виконанню тих чи інших обов'язків – фінансовий, організаційно-правовий, творчо-керівний, PR.

**Фінансовий блок.** *Інвестори і спонсори.* До них належать партнери продюсера. Це були різні люди, звичайний підприємець, генерального директора видання чи продюсер радіостанції. Залежно та умовами контракту, можуть втручатися у творчу частина проекту, або залишити усі розсуд продюсера. *Фінансовий директор.* Це експерт, який допомагає заробляти гроші, але допомагає їх зберегти й якщо знадобиться правильно потратить. *Фінансовий менеджер.* У його обов'язки входить оптимізація умов з питання продюсерської ставки. Він може серйозно зменшити витрати продюсера.

**Організаційно правовий блок.** *Виконавчий продюсер.* Є правою рукою генерального продюсера. Він вирішує питання управлінського, творчого і фінансового характеру, але остаточне рішення приймає генеральний продюсер. *Директор групи.* Приймає участь переважно у всіх справах групи, виїжджає водночас і на гастролі, вирішує організаційні питання, регулює відносини з представниками партнерських компаній. Дана адміністративна ланка грає значну роль, і навіть є сполученням між творчим складом і продюсером. *Менеджер.* Веде переговори, пов'язані з роботою групи, координує процеси, обираючи найефективніше рішення проблеми. *Юрист.* Приймає особисту участь у рішеннях правових питань, які виникають при створенні та просуванні проекту. *Концертний директор.* Складає гастрольний і концертний графік виступів групи.

**Творчо-керівний блок.** *Автори і артисти-виконавці.* У поняття артисти-виконавці, крім самих артистів входять ще люди причетні до створення їх образу, тобто. хореографи, постановники шоу, сесійні музиканти, іміджмейкери та ін. *Музичні видавництва.* Це організації, що керують правами авторів музичного матеріалу – композиторів, і поетів-піснярів. З ними продюсер веде мову про використання того

чи іншого музичного матеріалу. Продюсер вступає з музичним видавництвом в фінансово-правові відношення. *Саундпродюсер*. Контролює все етапи запису пісень в студії, проводить мастеринг пісень, відповідає за якість звучання кінцевого продукту. *Рекорд-лейбл*. Компанії, що займаються записом і випуском альбому виконавця. рекорд-лейбл перехоплює права на просування на ринок музичного матеріалу. Назва лейблу, звичайно знаходиться на обкладинці будь-якого фірмового носія. А з іншого боку це компанія, що випускає і займається тиражуванням готового музичного носія та її дистриб'юцією. *Арт-менеджер*. Є експертом діяльності всіх творчих учасників проекту, зокрема артистів-виконавців. Він тісно співпрацює з продюсером проекту, старанно прораховуючи всі деталі. *Програмні директора TV, FM*. Це люди, які вирішують, які записи постануть для прослуховування в ефірі.

**PR-блок.** *PR-директор*. Відповідає за формування суспільної думки й створення репутації артиста. PR – покликаний забезпечити ефективний діалог з суспільством, формуючи та підтримуючи обраний продюсером сценічний образ виконавця, і репутацію продюсера. *Промоутер*. Вони працюють в компанії звукозапису. Їхня робота полягає у тому, щоб отримати найбільше часу у ефірі підтвердження нового запису. *Прес-аташе*. Преса має величезний вплив на формування іміджу артиста та його популярність. Прес-аташе надає пресі всю саму нову і цікаву інформацію про виконавців.

Як було зазначено, продюсерська діяльність, є якимось синтезом багатьох професій, але, передусім робота продюсера спирається на працю з людьми різних рівнів і будь-яких професій. Адже у підпорядкуванні у продюсера перебувають десятки співробітників, для правильного управління якими він повинен мати певні особисті якості та професійні уміння. Продюсеру в проекті необхідно і постійно грати різні ролі, бути музичним критиком, бізнесменом, дипломатом і ідейним керівником. Від того наскільки гнучко продюсер зможе перебудовуватися, і залежатиме успіх проекту. В ідеальній моделі продюсера можна назвати чотири складових: особистісні якості, цілі і задачі, тактика (поведінка продюсера), стратегія (філософія продюсера).

Від них залежать функції продюсера, як керівника проекту. З чотирьох складових функцій сучасного продюсера, можна назвати базові складові – особистісні якості і комплекс ролей продюсера. Саме відповідність цим складовим продюсер забезпечує та використовує найбільш підходящий стиль керівництва, здійснює свою діяльність,

ставити перед собою цілі і завдання, виробляє, і застосовує стратегію і тактику (технології), що дозволяють підвищити популярність проекту, і навіть мотивувати підлеглих для досягнення поставлених завдань.

При збігу реальних характеристик продюсера з необхідними управлінськими якостями, та їх раціональному використанню, модель продюсера набуває ідеальну форму.

**Особистісні якості продюсера.** Успіх управлінської роботи в шоу-бізнесі багато в чому визначається саме особистісними якостями характеру продюсера. Саме вони допомагають продюсеру домагатися своїх цілей, підтримуючи у колективі жорстку дисципліну, зберігаючи творчу атмосферу. Така форма управління можлива завдяки наявності у керівника гнучкості у стосунках з людьми, відповідальності держави і підприємництва.

До особистісних характеристик можна віднести доброзичливе ставлення до людей, високі моральні стандарти; самовладання, креативне мислення, оптимізм, впевненість у собі, вимогливість. Однак це не єдині якості, що роблять людину продюсером, ще велику роль грають професійні й ділові якості. До професійних якостей відносяться властивості, які характеризують будь-яку грамотну людину є загальне підґрунтя до виконання обов'язків керівника, його компетентність. Керівник як і повинен володіти креативністю, широтою поглядів які базуються як на загальній ерудиції, так і на пристойних знаннях власної сфери діяльності, і суміжних із нею професій. До ділових якостей можна віднести, передусім, організаторські здібності, які передбачають як створення організації, колективу, так і її контроль. Керівник не зможе виконувати ці завдання, якщо він не зможе домогтися лідерства у колективі. Лідером може бути людина честюлюбна, владна, цілеспрямована, йти до особистої незалежності. Також до якостей керівника належить комунікабельність – це вміння знайти спільну мову, контакти з підлеглими, вчасно улагоджувати конфлікти. Тактика і стратегія продюсера визначаються особистісними якостями.

**Функції продюсера.** Продюсер, власне, є обличчям персоніфікуючим функції управління. Залежно від статусу продюсера, у його обов'язки входить величезна кількість функціональних завдань, але основних лише п'ять: стратегічна, адміністративна, експертно-інноваційна, соціально-психологічна, лідируюча. Продюсеру як керівнику буде складно домогтися успіху у справах, якщо він немає п'ятої функції у повній мірі.

**Етика продюсера-керівника.** Ефективне управління музичним проектом визначається різними аспектами особистості продюсера. Дуже велике значення мають як склад розуму, характер, навички та знання, так і уміння дотримуватися етичних норм, котрі грають важливу роль у діловій практиці.

Беручи участь під час створення молодіжної організації музичного проекту, продюсер контактує з великою кількістю людей. Тому дуже важливо, щоб продюсер – керівник кожен факт свого спілкування з людьми розглядав як реалізовану чи нереалізовану можливість завоювання їх довіри. У зв'язку з цим особлива увага приділяється технології спілкування, і виконання вимог управлінського етикету. Управлінський етикет залежить від наступного: продюсер повинен висловлювати свої міркування чітко й недвозначно; притримуватися лише фактів; поєднувати економічні інтереси з моральними засадами суспільства.

Працюючи над створенням проекту ділові взаємини в організації, набувають вигляд "керівник-підлеглий" чи "продюсер-виконавець". Відносини подібного типу припускають використання трьох форм управлінського спілкування: субординаційної, службово-товариської, дружньої. З цієї позиції продюсер повинен прагнути розуміти своїх підлеглих, бачити в них насамперед особистість гідну поваги. За родом діяльності управлінцеві випадає мати справу з помилками і недоліками своїх підлеглих, вказувати на них, допомагати їх виправляти. Тобто манера спілкування керівника з підлеглими має не відвертати від цього людей, а сприяти встановленню в команді природних професійно-рівноправних відношень.

Беручи участь у процесі управління, продюсер виконує запропоновані йому функції і вдається до належних повноважень. Ці функції і відповідні повноваження припускають наявність певним різноманітним вимогам. Продюсер їх і має вимагати, але висока вимогливість повинна гармонійно поєднуватися з повагою підлеглих. У продюсера є серйозні переваги як у керівника – це володіння життєво важливою інформацією для проекту (творчої, фінансової та ін.). Позиція продюсера у створенні проекту передбачає єдність слів і безкомпромісність дій, що значно підвищує ставки відповідальності держави і обов'язковості керівника

*Горєлова Анна Михайлівна*  
(наук. керівник – доцент НАКККиМ Садовенко С.М.)  
Україна, м. Київ

## РОЛЬ І МІСЦЕ PR В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Відомо, що термін "public relations" виник у США, а його автором вважається Томас Джефферсон, третій американський президент, який використав це словосполучення в 1807 році в чернетці свого "Сьомого звернення до конгресу". Під активізацією зв'язків з громадськістю Джефферсон розумів нарощування зусиль політичних інститутів для створення клімату довіри в національному масштабі.

Виділяючи ключові особливості PR на початковому етапі їх розвитку, слід сказати, що то біла діяльність в основному політична, тому що залучення широкої громадськості на свою сторону треба було в основному політикам, а суб'єктами PR був уряд та інші державні установи. Аналіз конкретних прикладів такої діяльності показує, що вона майже повністю вписувалась в принципи і технології, що зараз відносяться до сфери пропаганди та агітації. Проте питома вага політичної складової в PR поступово зменшувалась, що пояснювалось інтенсивними змінами в соціально-економічній ситуації.

Стосовно загально прийнятого трактування самого терміна, то вже в 30-ті роки XIX століття термін "public relations" стали вживати в якості синоніма словосполучення "relations for the general good" (відношення заради загального добра). До того часу в США різко збільшилась і кількість інструментів для реалізації PR-зусиль. Наприклад, в 1830 р. видавалась найбільша порівняно з іншою країною світу кількість газет. Широке розповсюдження преси викликало появу нової, незвичайної професії – прес-агентів, по суті це організатори роботи з пресою, які стали предтечею майбутніх PR-менів і реалізували на практиці перші дії в області системної і ціле направленої роботи з громадськістю. Перед обличчям нових вимог прес-агенти об'єднувались в прес-агенства, щоб продавати свої послуги діловому світу, який був затурбований компаніями в пресі. В 1900 р. в Бостоні з'явилося перше Publicity Bureau, що займалось зв'язками з пресою.

Початок XX ст. ознаменувався появою в суспільному житті, а відповідно і в PR-діяльності США ще одного акценту. В період 1920-1920 рр., що пізніше був названий "епохою жарених фактів", відбувалися публічні скандали навколо монополій та корумпованих чинов-

ників. Американські журналісти, письменники, соціологи викривали і передавали широкому загалу випадки корупції, нечесні прийоми конкуруючих компаній, погані умови життя працівників, непристойну діяльність уряду. Об'єкти критики розробляли оборонні стратегії і звертались за допомогою до прес-агентів. В результаті журналістика вперше зіткнулась із захистом зі сторони людей і структур, що практично здійснювали PR-функцію.

Розвиток PR-сфери бере свій початок у перше десятиліття XX ст. Тоді ж з'явилися й особистості, з іменами яких пов'язують народження професіональної PR-спеціалізації. Так, одним із провідників сучасного PR називають Айві Лі – американського журналіста, що звернувся до PR-практики в 1903 р. Чотири роки потому він опублікував "Декларацію про принципи", який став першим своєрідним моральним кодексом професії public relations. "Наша ціль в тому, – говорилося в ній, – щоб відверто і відкрито від імені ділових кругів і суспільних інститутів надавати пресі і суспільству США вчасну і точну інформацію з питань, що являють суспільну цінність та інтерес".

Головну задачу нового виду діяльності (від початку Лі користувався терміном "publicity", а словосполучення "public relations" він вперше використав у 1919 р.) автор зводив до роботи з пресою (mass media relations). У той же час Декларація окрім роботи прес-агента виділяє і діяльність радника по зв'язкам з суспільством. В якості основної задачі останнього Лі сформулював наступний принцип – "спонукати людей вірити в сердечні цілі правління корпорацій, що шукають їхньої довіри".

На сьогоднішній день public relations із уже немалою історією розвитку, в предметну область якого ряд дослідників включає десятки різноманітних дисциплін, привертає увагу слабкістю свого понятійного апарату, що в результаті призводить до суперечок про рівень науковості серед дослідників.

Всі ці обставини обумовлені самою природою PR, які виступають в якості регулятора соціальних відносин, пронизують багато сфер людської діяльності: економічну, політичну, соціальну, і тим самим створюють позитивні передумови для різноманітних підходів до розуміння своєї власної сутності, предметного поля, структури відносин до суміжних областей тощо.

Варто зауважити, що PR, ймовірно, являється терміном, що по кількості і багатогранності визначень випереджує всі інші категорії. Спеціалісти нараховують більше 500 наукових визначень PR. Дослів-

ний переклад з англійської (зв'язки з суспільством) віддзеркалює лише одну із сфер функціонування PR, тому не може бути використаним для висвітлення цієї категорії. При цьому можна відзначити, що термін "public relations" без перекладу використовується не лише в англomовних країнах.

Британський дослідник PR С. Блек – колишній президент Міжнародної асоціації ПР в своїй книжці "Public relations. Що це таке?" визначає зв'язки з суспільством як одну із функцій управління організацією, що сприяє встановленню і підтримання спілкування, взаєморозуміння і співпраці між організацією і суспільством.

У французького дослідника Філіпа А. Буарі, відомого теоретика і практика PR у Франції "public relations – це поведінкова мораль групи, стратегія і технологія комунікацій, цінне підтримання гуманітарних наук, що мають за ціль встановлення і підтримання дружніх відносин".

Пітер Р. Діксон відмічає, що PR являє собою управлінську функцію, завдяки якій оцінюється думка суспільства, співвідноситься з суспільними інтересами політика і тактика організації, а також реалізується програма дій (і зв'язків) з ціллю завоювати признання і повагу суспільства.

На думку Е.А. Уткіна, "public relations являється невід'ємною частиною менеджменту, а чіткіше – менеджменту комунікацій... Ця робота представляє собою комплексну систему застосування спеціальних інструментів, прийомів, методів, процедур, технологій що обумовлює різносторонню (особливо інформаційну) взаємодію всіх елементів, що складають організацію (її внутрішню сферу) з зовнішнім середовищем".

Зрозуміло, що наведений огляд думок різноманітних вчених і спеціалістів не являється вичерпуючим. Не дивлячись на різнобарвність в представленнях про PR дослідників і розробників методів здійснення зв'язків, можна відмітити спільне: PR – одна з функцій управління організацією (компанією) і планується на рівні її керівництва. Ця функція направлена на встановлення контактів і відносин з суспільством, ЗМІ, органами державної влади з ціллю сформулювати в певних аудиторій позитивне відношення до організації.

Мета PR – встановлення двостороннього спілкування для виявлення загальних інтересів і досягнення взаєморозуміння, заснованого на правді, знанні і повній інформованості. Масштаби такої взаємодії, направленої на розвиток міцних зв'язків з громадськістю, можуть бути самими різними залежно від величини і характеру сторін, але фі-

лософія, стратегія і методи залишаються дуже схожими, яка б мета не ставилася – будь-то дія на міжнародне взаєморозуміння чи покращення відносин між компанією та споживачем її продукції, агентами й співробітниками.

У сім'ї або в невеликій, тісній общині немає серйозних перешкод для спілкування і вільного обміну думками, але навіть тут цілком можливо непорозуміння. У суспільному або комерційному житті "члени сім'ї" віддалені один від одного, і відсутність особистого контакту сильно ускладнює налагодження співпраці і досягнення взаєморозуміння. Фахівці ПР використовують сучасні методи спілкування і переконання для наведення "мостів" і встановлення взаєморозуміння. Порозумінню сприяють репутація, наявний досвід і культурні чинники. Важливі складники більшості програм PR по завоюванню надійної репутації – створення атмосфери довіри і здійснення єдиної стратегії.

В наші дні термін "public relations" включає в себе такі основні напрямки:

1. Суспільна думка;
2. Суспільне відношення;
3. Урядові відносини;
4. Життя общини;
5. Промислові відносини;
6. Фінансові відносини;
7. Міжнародні відносини;
8. Користувацькі відносини;
9. Дослідження і статистика;
10. Засоби масової інформації (ЗМІ).

У них PR відіграє важливу роль, і хоча теорія і філософія PR в рівній мірі прикладені до кожного з них, деякі деталі і пріоритети змінюються залежно від напрямку.

Отже, PR може внести значний вклад у практику управління в найширшому розумінні цього слова.

Щодо визначення *функцій* PR, то тут думки практиків і теоретиків в області PR різноманітні, але їх основи мають спільний фундамент. Прийнято вважати, що в цілому PR виконує три функції. Вони розглядаються з точки зору менеджменту організації:

1. Контроль думки і поведінки суспільності з ціллю задовольнити потреби і інтереси передусім організації. Ця функція часто піддається критиці так як в ній суспільство розглядається як жертва. Така

ситуація багато в чому нагадує маніпулювання свідомістю і поведінкою людей в певному руслі.

2. Реагування на суспільство, тобто організація враховує дії, проблеми або поведінку інших і відповідно на них реагує. Інакше кажучи, в цьому випадку організація сама намагається прислужитися суспільству, розглядаючи його як своїх господарів і від кого залежить доля організації.

3. Досягнення взаємовигідних відносин між всіма зв'язаними з організацією групами суспільства шляхом плідної взаємодії з ними. Саме ця функція являється моделлю компромісу і вважається найбільш корисною і плідною, так як цільові групи суспільства розглядаються тут як партнери організації з якими вона вступає в взаємодію.

Поняття "Public relations" включає:

1. Все, що може імовірно поліпшити взаєморозуміння між організацією і тими, з ким ця організація вступає в контакт як усередині, так і за її межами;

2. Рекомендації по створенню "суспільного обличчя" організації;

3. Заходи, направлені на виявлення і ліквідацію чуток або інших джерел нерозуміння;

4. Заходи, направлені на розширення сфери впливу організації засобами відповідної пропаганди, реклами, виставок, відео- та кіно демонстрацій.

5. Будь-які дії направлені на поліпшення контактів між людьми та організаціями.

При цьому "Public relations" не являються:

1. Бар'єром між правдою і громадськістю;

2. Пропагандою, що прагне нав'язати будь-що, незалежно від правди, етичних норм і суспільних інтересів;

3. Пропагандою, направленою виключно на збільшення реалізації, хоча ПР мають важливе значення для програм реалізації і маркетингу;

4. Набором хитрощів і трюків. Вони інколи використовуються для того, щоб привернути увагу, але при частому й ізольованому вживанні абсолютно даремні;

5. Безкоштовною рекламою;

6. Простою роботою з пресою, хоча робота з пресою є дуже важливою частиною більшості програм PR.

Також слід чітко розмежовувати PR і пропаганду. Підкреслимо відмінність між ними. У пропаганді не завжди враховуються етичні аспекти і слово сьогодні використовується в основному для того, щоб

роз'яснити ті види переконання, які засновані виключно на особистій вигоді і в яких для досягнення мети буває необхідно спотворити факти або навіть фальсифікувати їх. PR, навпаки, визначають довготривалу відповідальність і прагнуть переконати і порозумітися через добровільне прийняття людьми думок і ідей. PR можуть бути успішним лише тоді, коли вони засновані на етичних нормах і здійснюються чесними засобами. У PR мета ніколи не виправдовує використання помилкових, шкідливих або сумнівних засобів. Неможливо використовувати PR для підтримки неправої справи. Успішно проведена методами PR кампанія може лише виявити недоліки і слабкі сторони такої справи. Саме тому часто підкреслюють, що хороші PR повинні починатися удома. Політика має завжди бути переконливою і конструктивною. Окрім того, що PR завжди має бути етичним, він не може бути негативними. Заперечення не переконують тих, хто сумнівається. Значно більше шансів налагодити конструктивну співпрацю з партнерами і за допомогою конкретних переконливих фактів змусити їх повірити вам.

Професор Анн ван дер Мейден з університету в Утрехте писав про цей важливий аспект діяльності: "Мета PR – досягнення згоди; мета пропаганди – створення руху. PR прагне досягнення чесного діалогу, пропаганда до цього не прагне. Методи PR мають на увазі повну відвертість; пропаганда при необхідності приховує факти. PR прагне до розуміння; пропаганда – до залучення прибічників".

Як соціальний інститут сучасні PR пропонують організаціям і суспільству різноманітні шляхи погодження спільних інтересів для подолання непорозумінь і нерозумних дій.

Спеціалісти з PR здатні стимулювати широке суспільне мислення, допомагаючи керівництву в його соціальній місії. Сучасні PR призначені озброїти керівників різноманітними і глибокими знаннями про суспільство, допомагати їм вірно формувати цілі і бачити перспективи розвитку.

Виконуючи ці функції PR (зв'язки з громадськістю) сприяють порозумінню між всіма інститутами суспільства – державними і недержавними, політичними і господарськими, благодійними і суцього комерційними – соціальної відповідальності перед суспільством, теперішнім і майбутнім поколінням людей.

PR функціонують в усіх сферах суспільного життя, так як їхні принципи віддзеркалюють найважливіші людські намагання і прагнення, а саме: бути всім зрозумілим, відкритим для широкої співпраці в атмосфері взаємодопомоги.

Таким чином, можна зробити висновок, що PR представляють собою мистецтво переконувати людей і впливати на їхню думку, підтримувати готовність до необхідних змін, упереджувати і перемагати кризові ситуації. Без PR практично неможливо вести бізнес, керування, тому що реалізація кожного проекту, всякої ідеї починається з зацікавленості людини, групи людей або організації цим проектом, із доведення цілей проекту, задачі бізнес-кампанії, сутності нової ідеї до споживачів, інвесторів, управлінських органів або суспільності.

### ***Використані джерела:***

1. Варакута С.А. Связи с общественностью / С.А. Варакута. – М. : ИНФРА-М, 2001.
2. Данова Є.І. Іванова С.В. Кротова Н.В. Управління і економіка в шоу-бізнесі / Є.І. Данова, С.В. Іванова, Н.В. Кротова // Финансы и статистика – М., 2003.
3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. – М. : Дело, 2003. – 496 с.
4. Хренов Н. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики / Н. Хренов. – М., 1991.

***Гріцкевіч Ольга Юрійвна***  
(наук. керівник – професор НАКККіМ Горенко Л.І.)  
Україна, м. Київ

## **МЕХАНІЗМ ПЛАНУВАННЯ У СФЕРІ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

На будь-якій стадії розвитку суспільства, окрім основних завдань забезпечення себе життєво необхідними речами у людини з'являлась потреба у естетичній насолоді, відпочинку та розвагах. Ще за часів Римської Імперії, люди ходили на масові дійства. З часом смаки і потреби змінюються, індустрія розваг розвивається, а найбільш кмітливі та винахідливі особистості знайшли у масових заходах нішу для заробітку грошей.

Дослідження даної теми, приводить до висновку, що бізнес у сфері культури має свою специфіку, але ґрунтується на загальних правилах планування, законах, етапах бізнесу, стратегіях. В будь-якому разі подібні заходи являються комерційним проектом, а це означає, що організатор, в даному випадку продюсер, керується перш за все загальними правилами планування, підкорюючись основним законам бізнесу, а також

існуючими тенденціями та сучасним попитом. Отже організація заходів у сфері культури та шоу-бізнесу, як проект, має свої етапи та структуру.

Бізнес-планування як функція і метод управління пов'язує в єдину систему та регулює зацікавленість організації та персоналу, забезпечує раціональний розподіл ресурсів організації для ефективного досягнення цілі.

Планування являється найголовнішою складовою частиною управління, та тісно пов'язане з іншими функціями та методами, а саме планування взаємопов'язане з маркетингом, стимулюванням, розрахунками, ціноутворенням, матеріальним стимулюванням праці.

Стратегія є мистецтвом планування діяльності, базоване на прогнозах майбутнього. Поведінка організації на ринку залежить від обраної стратегії керування організацією. Від того, наскільки повно та глибоко (комплексно та системно) керівництво враховує фактори зовнішньої середовища та внутрішнього потенціалу організації у відповідності з прийнятою місією поведінки на ринку, залежить ефективність діяльності у сфері культурно-просвітницьких та освітніх послуг.

Така реалізація стратегії організації розробляється на основі бізнес-планування. Наведемо приклад структурної моделі бізнес-плану комерційної організації:

| Напрямок<br>(розділ<br>бізнес-плану) | Зміст напрямку(розділу)                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Можливості<br>(місія організації)    | Генеральна ціль, її декомпозиція<br>Концепція технології та унікальності культурно-просвітницької послуги<br>Ринок пропозиції послуги та її ємкість<br>Ризики<br>Очікувана ефективність |
| Інтелектуальні товари та послуги     | Переваги послуги в порівнянні з конкурентами<br>Основні характеристики послуги<br>Методи самовдосконалення, інноваційні технології<br>Стратегія оновлення послуги                       |
| Ринки                                | Комплекс маркетингового дослідження<br>Сегмент ринку послуги<br>Тенденції зміни ринку<br>Ємкість ринку<br>Конкуренти                                                                    |

|         |                                                                                |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------|
| Фінанси | План витрат<br>План надходжень<br>Баланс прибутку та витрат<br>План інвестицій |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------|

Проект, як і сам майбутній інтелектуальний продукт, що є метою проекту, має життєвий цикл. Фазами або етапами життєвого циклу є розробка замислу, ідеї проекту; постановка мети проекту (або декількох); підготовка (розробка) проекту; реалізація (втілення) проекту; досягнення (завершення) поставленої мети проектом.

Реалізація методу проектного керівництва базується на методології, користування якою потребує від персоналу, не тільки загальних професійних знань у області менеджменту, але і специфічних знань інноваційних технологій у сфері мистецтва та культури. Це витікає з того, що управління проектами та програмами включає:

- 1) визначення мети проектів, програми та обґрунтування їх;
- 2) структурування мети (редукування);
- 3) оцінку необхідних об'ємів та джерел фінансових, матеріальних, нематеріальних інвестицій;
- 4) підбір виконавців, підготовка та налагодження контактів із ними;
- 5) визначення терміну виконання проекту та програми;
- 6) визначення витрат ресурсів на кожному етапі та кожний вид передбачених робіт у них;
- 7) оцінка ризиків, розробка системи заходів зниження ризиків;
- 8) організацію ефективної системи управління реалізацією проектів та програм;
- 9) забезпечення контролю, обліку та аналізу виконання проекту.

Суттєво допоможуть та вплинуть на роботу продюсера певні необхідні риси, навички, знання, а саме: необхідно розумітися в мистецтві, любити його, бути активним підприємцем цілеспрямованим, творчим, ризиковим, креативним, винахідливим, динамічним, вміти прогнозувати, дуже дисциплінованим, вольовим. Це якості що вплинуть на розробку продукту та робочий процес, окрім ряду певних рис та навичок що допоможуть у організації та спілкуванні з людьми: комунікабельність, контактність, позитивність, доброзичливість, відкритість.

Механізм планування у сфері продюсерської діяльності у сукупності, а точніше певній системі процесів, що спрямовані на, точне

формування мети, розробку плану, стратегію досягнення цілі найкоротшим шляхом. Точне, конкретизоване, жорстке планування, а потім розробка кожного з етапів забезпечить запобігання ризиків та непередбачених витрат, максимальний прибуток від затрачених зусиль. Тим, хто став на шлях продюсерської діяльності, потрібний комплексний маркетинговий та менеджментський підхід до реалізації задуму, що розроблений спеціалістами, область діяльності яких охоплює ринок різних видів послуг та товарів, в тому числі мистецький. Окрім необхідних якостей, рис характеру, умінь, навичок для діяльності у шоу-бізнесі, продюсерові треба бути творчим у керуванні людьми, організації трудового процесу, а також креативним, сміливим, винахідливим, щоб знаходити нові шляхи долаття перешкод та свої механізми планування.

***Використані джерела:***

1. Дороти Доти И. Паблсити и паблик рилейшнз [пер с англ ; изд. 2-е]. – М.: Филинь, 1998.
2. Жданова Е.И., Иванова С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе. – М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Коновалов А.В. Маленькие секреты большого шоу-бизнеса. – СПб.: Питер, 2005.
4. Корнеева С. Как зажигают "звезды". – СПб.: Питер, 2004.
5. Хренов Н.А. Социально-психологические аспекты взаимодействия искусства и публики. – М., 1981.

***Єльчиц Олександра Геннадіївна***  
(*наук. керівник – доцент НАКККіМ Садовенко С. М.*)  
*Україна, м. Київ*

**БРЕНД-БІЛДІНГ ЯК МЕТОД PR-ТЕХНОЛОГІЙ  
В МУЗИЧНОМУ ШОУ-БИЗНЕСІ**

Тема бренд-білдінга сьогодні є однією з найбільш перспективних. Це свого роду конкуренція. Тому, щоб стати брендом, кандидат у зірки повинен проіснувати не менше декількох років, а вкладення в нього складають певну мінімальну кількість коштів (приблизно 50 000 дол.). Гарантії продюсерів, які вкладають власні кошти в майбутніх зірок, можуть викликати деякі розчарування, адже твоя марка може не сподобатись цільовій аудиторії. Бренд-менеджери від шоу-

бізнесу (тобто продюсери) з теорією брендингу знайомі лише інтуїтивно. Тим не менш, вони вважають, що бренди в українському шоу-бізнесі є. Це практично всі молодіжні, зокрема дівочі групи (наприклад, група "ВИА ГРА", продюсер Костянтин Меладзе), в яких не важливо, чи змінюється склад учасниць колективів, але загальний дух зберігається, тобто залишається марка. Люди продовжують пізнавати ім'я, і цього достатньо, щоб відвідати концерт.

Для просування свого бренду продюсери інтуїтивно застосовують набір прийомів, запозичений з брендингу. Визначення цільової аудиторії, формування легенди, створення образу, декларованих цінностей, репертуару, проведення рекламної кампанії, організація гастролей – все це дуже схоже на маркетинг товарів. Тому завдання кожного виконавця, групи, колективу – виділитися серед оточуючих, сформувати аудиторію постійних користувачів (шанувальників) і як можна довше існувати на ринку, отримуючи прибуток з своєї діяльності.

Можна сказати, що бренд-білдинг в музичному шоу-бізнесі в самому загальному значенні – цілеспрямоване створення торгівельної марки з імені артиста або назви групи, а також з імені продюсера або назви рекорд-компанії. Сенс брендингу в тому, щоб зробити продукт впізнаним і продаваним.

Український брендинг у сфері музичного шоу-бізнесу в даний час знаходиться у зародковому стані. Продюсери, запускаючи новий проект, покладаються лише на власну інтуїцію, зведену в ранг єдиного маркетингового орієнтиру. В інших випадках продюсер спочатку знаходить потенційну зірку і відштовхується від її особистих і професійних даних (талант, вокальні та зовнішні дані, харизма). Відомо, що найбільш дохідними нішами на сьогоднішній день є хлоп'ячі і дівочі колективи, орієнтовані відповідно на дівчаток і хлопчиків у віці від 13 років. Існують в шоу-бізнесі і сезонні зміни попиту. Ближче до 23 лютого підвищується інтерес до таких груп як "ВИА Гра", "А.Р.М.И.Я.", а напередодні 8 березня більшої популярністю починають користуватися "Океан Ельзи", "Тартак". Зовнішній вигляд учасників проекту, стиль одягу, зачіски, поведінка на публіці ретельно продумуються. Все це дозволяє цільовій аудиторії зрозуміти цінності торгової марки, характеризує її позиціонування – для кого цей бренд (співак) і яку ідею він несе споживачам.

На перший погляд, створення і просування бренду відбувається за одним і тим же законам, незалежно від того, що або хто виступає в

ролі торговельної марки. Аналізується ринок (які співаки є у відповідних нішах), аналізується потенційна цільова аудиторія (хто може бути споживачем у цій ніші), створюється нова торгова марка, що має свої форми візуальної ідентифікації (зовнішній вигляд учасників проекту, стиль одягу, зачіски, поведінка на публіці). Вокальні дані відходять при такому маркетинговому підході на другий план. Не завжди існує і зв'язок між талантом виконавця (вважай – якістю бренду) і його успіхом на ринку. Однак бренди в шоу-бізнесі все-таки відрізняються від неживих брендів на ринку товарів і послуг. Якщо в області товарів бренди створюються, як правило, на нескінченно довгий період часу, то в області шоу-бізнесу період життя бренду визначається тривалістю життя виконавця і його або її здатністю до творчості.

Сьогодні брендінг є одним з найбільш перспективних методів PR, що розвиваються, і ті люди, які сьогодні досліджують його можливості, створюють передумови для того, щоб у майбутньому їм зацікавилися молоді продюсери і більш повно і детально розробили його нові стратегії з урахуванням українських реалій і переваг українських споживачів.

**Лаврик Олена Борисівна**  
(наук. керівник – професор НАКККиМ Горенко Л.І.)  
Україна, м. Київ

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДЮСЕРА КІНЦЯ XX – ПОЧАТКУ XXI СТОЛІТТЯ**

Процес розбудови нової української спільноти передбачає, насамперед, специфіку змісту діяльності самотворення людини на традиційних засадах української національної культури, а також психоментальному ступені її духовності. Відмінною ознакою зазначеного рівня є потреба в зверненні й привласненні культурного досвіду певної спільноти, щоб трансформувати його в розвиток своїх здібностей та створити власний "духовний продукт" як опосередкований засіб своєї самореалізації. У цьому контексті *менеджмент* стає провідним в системі самоорганізації кожної людини, спільноти і професійного продюсера з урахуванням соціокультурного простору кінця XX – початку XXI століття. України та за її межами.

Так, в умовах функціонування та розбудови незалежної Української держави кінця XX – початку XXI століття особливо пріоритетними є новітні напрямки музичної індустрії. У цьому контексті назріла необхідність узагальнення здобутків національної культури на основі аналізу сучасного стану та тенденцій розвитку її видів, жанрів, форм і, перш за все, діяльності творчої особистості. До їх числа безперечно належить і така форма національного інформаційного простору сучасної України як діяльність продюсера. Саме в цій царині найяскравіше проявляються професійні традиції, які є духовним надбанням нації. Творча діяльність українських продюсерів має важливе значення для розвитку національної музичної культури України.

Процес переходу України до ринкової економіки торкнувся всіх сфер геополітичної, економічно-господарської, інтелектуальної та культурно-освітньої діяльності, зокрема і в *галузі музичної індустрії*. У цій сфері культури сталися докорінні зміни. Найголовнішою зміною є виділення економічного блоку взаємин у музичній індустрії. Таким чином, економіка музичного проекту, поруч із творчістю, стала невід'ємною частиною музичного проекту, концепції, яка включає вирішення теоретичних та практичних завдань.

Взаємодія вищезазначених складових забезпечує конкурентоспроможність і надає оцінку, оригінальність того чи іншого музичного проекту в контексті національної української культури. Так, діяльність у сфері шоу-бізнесу має свої особливості але, водночас вона також підпорядковується законам, характерним для інших видів культурно-суспільної діяльності з урахуванням законодавчо-юридичних основ. Ця діяльність включає в себе безліч процесів, серед яких провідне місце займають наступні: фінансові, кадрові, соціальні, екологічні, етичні, комунікативні, інтегративні та багато інших.

Упродовж XX – початку XXI століття вітчизняні вчені досліджували українську музичну культуру від найдавніших часів до сьогодення в різних аспектах, мистецьких напрямів, течій тощо. Вони вивчали історію культури українського народу в історико-культурному аспекті, враховуючи актуальні питання щодо історичної періодизації, витоків українського мистецтва та ін.

Наукове вивчення *продюсерської діяльності* стало об'єктом дослідження лише наприкінці XX – початку XXI століття (С. Бобровников, Є. Бортник, Л. Гайдамака та ін.); окремі автори присвячували свої культурологічні студії питанням виникнення та етапів розвитку музичної індустрії в Україні цього періоду (А. Гуменюк, П. Іванов, В. Комаренко,

Л. Носов, О. Трофимчук); вивчали специфіку виконавської діяльності в структурі музичної індустрії (Є. Безп'ятов, В. Воеводін, О. Ільченко, В. Комаренко, І. Розумний, Є. Юцевич); порушували питання створення музичного репертуару для творчих колективів та солістів (В. Дейнега, Л. Дразниця, Д. Пшеничний), висвітлили культурологічний аспект продюсування в музичній індустрії (О. Афоніна, А. Бондаренко, Л. Горенко, С. Горностай, О. Зосім, О. Овчарук, С. Садовенко, К. Стеценко, В. Шульгіна та ін.). Однак попри достатньо значну кількість робіт, присвячених вищезазначеним проблемам, помітно не вистачає комплексних досліджень, в яких було простежено культурно-історичну еволюцію продюсерської діяльності в умовах сучасної України, її особливості, а також з урахуванням передумов виникнення, становлення та професійного розвитку музичної індустрії в Україні наприкінці ХХ – початку ХХІ століття.

**Моїсеєнко Марина Володимирівна**  
(наук. керівник – доцент НАКККиМ Садовенко С. М.)  
Україна, м. Київ

## **ФІНАНСИ ТА ТВОРЧІСТЬ У ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДЮСЕРА**

Поняття "продюсер" вперше з'явилося 1920 року в театральній діяльності, а потім і в галузі кіномистецтва (кіноіндустрія). У Росії продюсерами в кінематографі називали директорів художніх та документальних картин (фільмів), а в театрі – директорів або режисерів театральних вистав. Це були фахівці, які визначали бюджет та фінансово-економічний баланс конкретної вистави. Продюсери того часу запрошували різних артистів на ролі, влаштовували кастинги, домовлялися з музикантами і поетами-піснярами.

В умовах розвитку сучасної культури початку ХХІ ст. продюсер не лише є головною постаттю, яка веде всі справи артиста і вирішує майже всі питання, а й найчастіше є інвестором проекту. Як відомо, спочатку продюсери і продюсерські центри (ПЦ) працювали в структурі звукозаписних компаній, а лише потім їх наймали до конкретної роботи з виконавцем (артистом, вокалістом, актором, художником та ін.). І ось рекорд-компанії перестали грати чільну гру в стосунках з артистами останні 5–6 років. Тепер важливу роль в цих питаннях грає продюсер.

У вітчизняному шоу-бізнесі існує два типи продюсерів:

1). продюсер, який не втручається у творчість і займається організацією справи для того, щоб все працювало на талант артиста. Він просуває проект за допомогою радіо та телебачення, преси, керує і контролює усі процеси, організовуючи роботу та презентації. Він діє від імені артиста, укладає необхідні договори, видобуває гроші.

2). поєднання продюсера першого типу і саундпродюсера, спеціалісти), які беруть участь у студійному записі, коригуючи творчий процес виконавця, видаючи йому вже готовий власний матеріал, але й працюють для популяризації (рекламування) артиста-виконавця на концертній естраді.

За словами музичного критика Артемія Троїцького, "шоу-бізнес – одне із найбільш артистичних, інтуїтивних, експресивних і непередбачуваних видів бізнесу. Тому продюсер й виступає у ролі авантюриста, політика, бізнесмена, маркетолога, фінансиста, творця і ще багато кого" [1, 37].

І все ж таки продюсер – жорсткий фінансист і маркетолог, одна особа, яка точно знає, скільки і у кого вкласти гроші, щоб отримати як прибуток, так і ім'я, що допоможе надалі зробити ще більші проекти з грандіозним розмахом.

Продюсер – це фахівець, який завше ловитиме новітні тенденції розвитку у суспільстві, знаючи, що саме потрібно слухачеві. І навіть у пік подій він буде знати, що завтра буде відбуватися і саме як.

Досвідченість продюсера як фахівця іноді виявляють його професійні, особисті та ділові риси. Насамперед цінуються організаторські здібності, які передбачають вміння створити організацію чи колектив, забезпечувати їхню діяльність всім необхідними, поставити чіткі завдання, розподілити їхні обов'язки щодо виконання, координувати, контролювати і стимулюватиме їх оптимальне рішення. Далі в ролі важливої риси керівника можна виділити домінантність, яка має у своїй основі честолобність і владність, прагнення особистої незалежності, до першості, цілеспрямованість і вимогливість.

Враховуючи глобальність кожного творчого проекту їх розподіляють за напрямками, які веде продюсер:

1. виконавчий продюсер – це довірена особа компанії, яка здійснює фінансовий, організаційний і художній контроль проекту;

2. фінансовий продюсер – особа, що відповідає за конкретні творчо-організаційні компоненти;

3. асоціативний продюсер – партнер, який частково фінансує проект і бере участь у творчих і виробничих постановках головного продюсера;

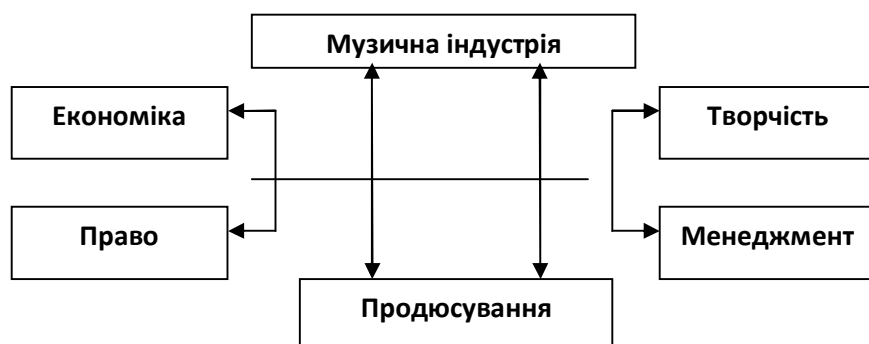
4. лінійний продюсер – особа, що відповідає за технологічний процес;

5. у кінематографії існують поняття незалежного продюсера (людини, яка самостійно створює проект без участі великих компаній);

6. формуючий продюсер виступає як режисер-співпостановник, бере участь у малобюджетних постановках.

Взагалі шоу бізнес є сферою обертів великих капіталів, творчих ідей, які втілюються за допомогою фінансових вкладень, знайти розумне використання грошей – це завдання продюсера (і, навпаки, з нічого зробити щось) [3, 20]. Економіка музичного проекту, наряду з творчістю, стала невід’ємною частиною музичного проекту. Взаємодія цих двох складових забезпечує конкурентоспроможність і оригінальність музичного проекту.

Діяльність у сфері шоу-бізнесу має свої особливості, але не дивлячись на це, вона також дотримується законів характерних і для інших видів суспільної діяльності. У цій діяльності поєднано багато процесів, таких як фінансові, кадрові, соціальні і багато інших (мал. 1).



Малюнок 1. Основні компоненти суспільної діяльності

Музична індустрія складається з економіки, творчості, права, менеджменту. Розглянемо більш детально взаємодію цих компонентів в музичній індустрії. Необхідність творчого та економічного елементів очевидна і зрозуміла. Організацію будь-якого проекту забезпечують управлінські відносини, які спираються на особистий фактор. Але музичний проект не може існувати без артистів і інших учасників, відповідальних за різноманітні процеси. Таким чином, стає необхідним професійний менеджмент. Усі відносини із учасниками

проекту узгоджуються за правовими принципами, які зазначені в чинному законодавстві, і договірним врегулюванням відносин [2, 529–537].

Музичний бізнес поєднує у собі організацію великої кількості різноманітних подій, людей і процесів. Усі процеси, так чи інакше, пов'язані із генеруванням подій, народженням нових проектів та їх просуванням, і при цьому треба утримувати творчий та комерційний потенціал на певному якісному рівні. Для фінансової стабільності продюсеру необхідно враховувати її творчу, економічну, управлінську та правову специфіку.

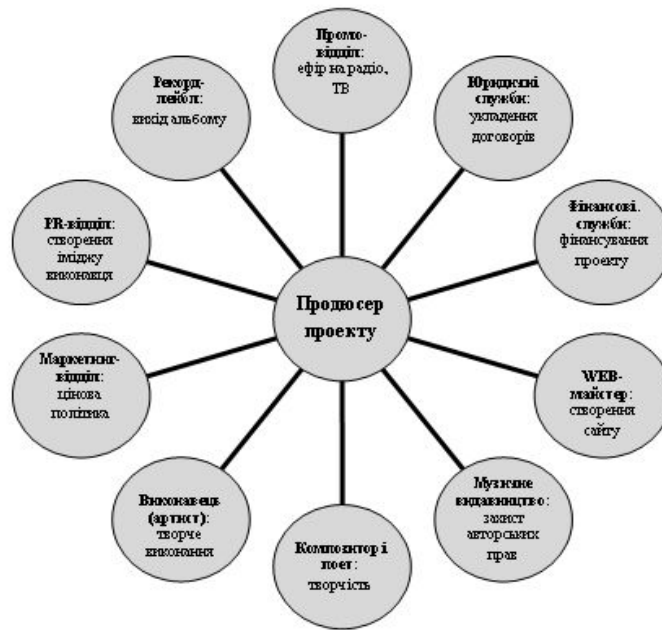
Поняття продюсера як фахівця, відповідального за фінансування, виробництво і розповсюдження музичних проектів, "продуктів" культури, в музичній культурі на практиці з'явилося вже давно, але своє офіційне визнання отримувало поступово [4, 42-43].

Музичне продюсування – це складний і багаторівневий процес, який вимагає від продюсера як творчого керівника великих затрат зусиль, часу і нервів. Роль продюсера тісно пов'язана із поняттям менеджменту, але, як і в будь-якій сфері діяльності, має певну специфіку.

Багатогранність продюсерської діяльності в музичній індустрії пов'язана із потужною розкруткою проекту, яка включає не тільки традиційні методи просування як концертна, гастрольна діяльність, але і специфічні – мерчандайзинг, участь в престижних музичних фестивалях, PR, створення промо-компаній в Інтернеті. Таким чином, з'являються проекти, засновані на одному із зазначених нижче шаблонів просування проекту, а саме: оригінальній ідеї проекту, вокальних даних виконавців, майстерності композиторів.

Задача продюсера полягає у створенні продукту, який буде мати комерційний потенціал. Окрім організаційної діяльності, потокових питань і координації, продюсер, перш за все, відповідальний за нахнення всього колективу від чого залежить якісне, максимально ефективно створення творчого проекту.

Таким чином, продюсер має серйозні переваги як керівник, що полягає у володінні важливою інформацією для проекту, зокрема фінансовою та творчою його стороною. Отже, позиція продюсера в організації проекту передбачає єдність слів і дій, що значно підвищує відповідальність і обов'язки керівника [5].



*Малюнок 2. Взаємодія учасників продюсерського проекту*

### ***Використані джерела:***

1. Готовцев Л.И. Правда о шоу-бизнесе / Л.И. Готовцев – М.: Рипол Классик, 2004. – 307 с.
2. Ленгли С. Менеджмент і продюсерство. Американський досвід / С. Ленгли ; [пер. з англ. за ред. Безгіна І.Д.] – К.: ВВП "Компас", 2000. – 640 с.
3. Конончук Н. Євгеній Гінділіс: Продюсер – історія особистих досягнень / Наталя Конончук. – КІНО-КОЛО. – 2003. – № 20. – С. 20.
4. Пригожин И.И. Политика – вершина шоу-бизнеса / И.И. Пригожин – М. : Алкигамма, 2001. – 46 с.
5. Фесенко Л. Станіслав Мойсеєв: "Творчі люди, які мають хоч краплю здорового глузду, завжди порозуміються" / Ліліана Фесенко // Хрещатик. – 2003. – 14 грудня.

***Паламарчук Євген Іванович***  
*(наук. керівник – доцент НАКККіМ Садовенко С. М.)*  
*Україна, м. Київ*

## **ФІГУРА ІМПРЕСАРІО В МУЗИЧНОМУ МИСТЕЦТВІ**

З розпадом Радянського Союзу Україна починає активно розвиватися в музичному мистецтві. З'являються безліч різних творчих проектів. Першими з таких проектів є "Таврійські ігри" – міжнародний музичний фестиваль, який проводиться з 1992 року в Україні

щорічно і на якому виступають російські, українські та зарубіжні знаменитості. Також можна назвати один з найяскравіших по сьогоднішній день міжнародний музичний фестиваль "Республіка KaZантип", який проводиться щорічно у Криму.

Історія фестивалю бере свій початок ще з 1993 року, а перший масштабний захід пройшов у 1998 році, який організовував Микита Маршунок, нині президент "Республіки KaZантип". Над цим фестивалем також працюють менеджери з більш ніж 12 країн. У всіх цих проектах запорукою успіху лежить продумана організація, точно вибудована концепція, правильно сформований план поетапних дій за яку й несе практично відповідальність фігура імпресаріо.

Імпресаріо (*від італ. impresa – підприємство*) – особа, яка організовує і часто фінансує концерти, спектаклі, опери. У спектаклях та операх фігура імпресаріо проявляється ще з другої половини XVIII ст., а концерти як повноцінний сформований вид починається з XIX ст. Одні з найяскравіших представників є концерти Ференца Ліста і Ніколо Паганіні, коли музика з салонів почала переходити до більш масштабних концертних залів, відповідно у багато разів зроста публіка, завдяки чому й було збільшено гонорар виконавця – соліста – композитора. Імпресаріо був помічений ще практично триста років тому в ролі композитора-виконавця Антоніо Вівальді, який у 1714 році керував сезонами в Венеції. Там же було створено його другу італійську оперу "Orlando finto pazzo", яка отримала успіх на той час. Багато імпресаріо того часу збанкрутували, деякі з них більше ніж один раз через малий досвід роботи з фінансуванням заходів.

На сьогоднішній час імпресаріо і музичний продюсер часто виступають в Україні і Росії як єдине ціле: Юрій Аксюта, керівник дирекції музичного мовлення Першого каналу, Євген Вдовін, продюсер-імпресаріо, перший організатор бардівських фестивалів у Москві з 1991 року, Семен Могилевський, продюсер-імпресаріо, організатор проекту "Музиканти проти терору" за участю Володимира Співакова і однією з найбільших зірок світової оперної сцени Джессі Норман, яка співала в супроводі національного філармонічного оркестру Росії.

У нашій країні не зовсім правильно трактується професія музичного продюсера, дуже часто близько пов'язуючи продюсера з імпресаріо з їх професійними обов'язками. У світовій музиці продюсер – це людина, яка робить музичний продукт, а продюсер, як правило, наймається або самим артистом, або розкручують артиста за допомогою лейбла.

На заході професія музичного продюсера досить високооплачувана. Наприклад, за один альбом у середньому дохід американського (США) продюсера оцінюється у шість цифр.

Продюсер створює музичну концепцію звучання треку. Він підбирає (чи творить сам) відповідно до таланту і іміджу артиста пісню, у якій є хітовий потенціал, визначає, як буде звучати аранжування, які в ній будуть використані ритми та інструменти, в якій манері, з яким характером і з якими "фішками" буде звучати вокал, задає напрямок і контролює процес зведення і мастерінгу. У підсумку, його завдання – створити оригінальний музичний продукт і по максимуму розкрити потенціал артиста.

У нашій країні продюсером вважають людину, який інвестує гроші у проект і проштовхує його на ринок. Музичний продюсер на Заході займається, як правило, продюсуванням платівки, тобто створенням музичного продукту, а промоушном артиста займається його випусковий лейбл або менеджмент. Наприклад, ви коли-небудь чули словосполучення: продюсер Брітні Спірс, продюсер Крістіни Агілери чи продюсер Майкла Джексона? Є артист, що має контракт з лейблом або не має такого. Музичний продюсер співпрацює з артистом у період створення платівки. Він створює музичний продукт – альбом або окрему композицію. Усім іншим – кліпи, ротації на радіо, гастрольна діяльність, фотосесії, PR тощо – займається імпресаріо артиста або лейбла, з яким у артиста контракт. І, зрозуміло, відомий музичний продюсер не шукає ніякого фінансування. Це лейбли стають до нього в чергу, пропонуючи нечувані гонорари за продюсування.

**Суханова Ганна Олександрівна**  
(наук. керівник – доцент НАКККіМ Садовенко С. М.)  
Україна, м. Київ

## **РОЗВИТОК МУЗИЧНОГО ШОУ-БІЗНЕСУ: ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ**

Шоу-бізнес – комерційна діяльність у сфері масового дійства. У вузькому розумінні слова шоу-бізнес називають виконання музичних номерів, розрахованих на масову аудиторію. Однак в більш широкому розумінні слова до шоу-бізнесу відносять не тільки музичну естраду, але в багато інших близьких до неї по функціональному призначенню видів діяльності, а саме: кіноіндустрію, конкурси краси та

навіть музичне радіомовлення. Та це поняття ще можливо розширити: шоу-бізнес – це реклама, оптова торгівля та індустрія музичних та інформаційних програм, виробництво та тиражування фільмів, фонограм і аудіовізуальної продукції, комерційна організація естрадних групових та індивідуальних виступів акторів, співаків, торгівля авторськими та суміжними правами, створення музичних і відео-кліпів, рекламних фільмів, буклетів, афіш, проспектів та багато іншого.

Звідки веде своє коріння шоу-бізнес? Для цього необхідно згадати коли почали відбуватися перші масові дійства. Повернемося до древньої Греції та Риму, адже перші комерційні масові дійства проводилися саме там. Улюбленими видами розваг греків були театр та спортивні змагання. В Римі найбільшою популярністю користувалися бої гладіаторів. Якщо театральні постанови потребували від глядача деякої культурної поведінки, то спортивними та гладіаторськими турнірами могла насолоджуватися найрізноманітніша публіка.

Великий попит на масові дійства привів до появи професійних організаторів і професійних виконавців. Навчанням гладіаторів та організацією їхніх так званих "гастролей" займалися власники гладіаторських шкіл (ланісти). З розвитком масштабних дійств в давньому світі з'являється і праобраз тоталізатора – букмекери приймали ставки на перемогу тієї чи іншої команди гладіаторів. Частина від виграшу йшла ланістам, які готували і виставляли ці команди.

Із загибеллю античної цивілізації масові дійства зникли. В середні віки в Європі культ християнського аскетизму хоч і не винищив тягу простих людей дивитися на виступи бродячих жонглерів і скоморохів, але заставив вважати видовища "постидною" забавою простого народу.

Та все ж видовища були реабілітовані в епоху нового часу, коли стала розвиватися індустрія відпочинку, як частина сфери послуг. Так, наприклад, в Росії, легалізація "різного роду публічних веселощів простонародних забав" виникла лише в 1854 році, коли дирекція казенних театрів отримала монопольне право на організацію естрадних вистав, і тільки в 1882 році були відмінені усякі заборони на приватне підприємство в концертно-гастрольній діяльності.

Аж до початку XX століття перед шоуменами стояла проблема – на одну виставу не можливо було зібрати багато людей. І тільки з появою перших звукозаписуючих пристроїв і радіо, а потім кіно і телебачення, шоу-бізнес набув масштабів – "дійства для всього народу".

Особливо стрімко шоу-бізнес став розвиватися в країнах західної цивілізації в останні роки XX століття. Люди, які проживали в мі-

стах "золотого мільярду" хотіли, щоб їх бажання, які постійно збільшувалися, були виконані. І для виконання всіх забаганок "масової публіки", організатори знаходили все нові способи розваг – таланти, епатажні дійства, дорогі шоу, високі технології. За границею країн європейської цивілізації шоу-бізнес розвивався менш активно, як одне з прояву вестернізації та американізації.

Головним механізмом, який диктував "правила гри" в шоу-бізнесі являвся ринок. Інакше кажучи, об'єктом мистецтва є товар; суб'єктом, який його сприймає – споживач. Сприйняття мистецтва перетворюється в товарофінасовий обмін, регулятором і стимулятором якого є реклама.

Шоу-бізнес заснований на експлуатації популярності відомих виконавців і артистів ("зірок"), на іміджмейкерстві (створенні іміджу), як різновиду підприємницької діяльності. Головним лицем в ньому стає не артист, а продюсер, який фінансує не тільки проекти але і слідкує за іміджем і репертуаром артиста, підбирає технічне забезпечення, веде переговори з ЗМІ і т.д. Виконавці ж в свою чергу виступають як наймані робітники, підпорядковані вказівкам підприємця-продюсера та отримують не дуже високі гонорари.

Успіх шоу-проекту залежить від його співпадіння з перемінним смаками глядачів, тому продюсер повинен не тільки бути спеціалістом по інвестиціям та рекламі, але і глибоко розумітися в масовій культурі, "відчувати глядача".

З перших моментів історії шоу-бізнесу склалися непрості відносини між комерційними дійствами та більш культурними видами відпочинку (комерційні більш демократичні і менше розвивають особистість).

У ХХ ст. шоу-бізнес явно витіснив більш елітарні види мистецтва. Створюється ситуація, коли навіть "високе" мистецтво вимушене використовувати досвід шоу-бізнесу: навряд чи будь-який прояв культури, художнє події, витвір мистецтва і т.д. буде помічене суспільством та отримає визнання, якщо воно не отримає форму шоу. За думкою багатьох діячів мистецтв, які успішно влаштувалися в цій системі, ринкові відносини – єдиний спосіб, щоб врятувати культуру.

Та негативні наслідки ми бачимо вже сьогодні. Яскраво виражені ці процеси в класичних видах мистецтва. Коло широко відомих його діячів є тепер не майстри, що творять для знавців та цінителів, а ті, що зазначили свою творчість як товарний бренд. Успіх артиста, як тепер є, забезпечений не стільки його талантом та вмінням, скільки

співпадінням віртуальним культурним цінностям, які до мистецтва часто взагалі не мають ніякого відношення.

Якщо взяти до розгляду шоу-бізнес в СРСР та радянській Україні, то можна констатувати, що на всьому пострадянському просторі організація масових дійств, як і всіх інших видів підприємств, знаходилася під жорстким контролем держави. Так, Держконцерт організовував концерти по всій країні – від великих міст до різноманітних колгоспів. Вимоги до виконавця були досить високі, проте оплата праці залежала від популярності артиста.

До 1992 року шоу-бізнес практично втратив всі наслідки радянської епохи (як пізніше відмітили, що не тільки негативні але й позитивні). Монопольна державна фірма грамплавання "Мелодія", що діяла з 1964 року, втратила свою вагомість на ринку, а офіційні структури Держконцерту звільнили місце приватним фірмам.

Шоу-бізнес в країнах СНД та в Україні відрізнявся своєю своєрідністю. Ось, приміром, що розповів в інтерв'ю Баррі Алібасов, найбільш відомий і успішний російський продюсер, один з ведучих професіоналів у цій області тих часів: "Начинается все с "раскрутки". Продюсер записывает фонограмму, снимает клип для какой-нибудь привлекательной девчушки. Предварительно он находит бабушку с ангельским голосом, которая по причинам внешнего порядка в клипе появиться не может, но способна успешно исполнить "озвучку" за кадром. После упорного промоушена (раскрутки) девочку узнает вся Россия, а мужская часть населения просто теряет голову. Далее начинаются гастроли по стране. При этом доход идет, конечно же, в карман продюсеров. "Звезда" может рассчитывать на гонорар для домашней кошечки. При этом новая "певица", работая под чужую "фанеру", после 100 концертов начинает верить, что это ее собственный голос. Она требует больше денег и других неблагоразумных привилегий. Продюсеры, естественно, не уступают. Им ведь еще и на новый клип необходимо потратить 30 тысяч долларов, и за его ротацию на телевидении отдать по 250 долларов за один показ, а показов этих должно быть не меньше пяти в день. Приходится делиться также с аранжировщиками, авторами слов и музыки. В конце концов такой водопад расходов может потопить и самого продюсера. В нашем так называемом шоу-бизнесе перевернуты все понятия об экономике. Ведь невозможно себе представить, чтобы какая-нибудь американская или европейская "суперзвезда" бродила по этажам телекомпании в поисках, кому всучить деньги за то, что ее покажут по телевизору. В нор-

мальном мире, наоборот, телевизионщики бегают за артистами, предлагая огромные гонорары за съемки".

І так міг сказати майже кожен продюсер. Адже гострі проблеми пострадянського шоу-бізнесу (низький професіоналізм виконавців, абсолютне домінування продюсер а над артистом, висока роль ЗМІ) тягнеться "тяжким вантажем" і до тепер в нашій країні. Критики відмічали, що впливові ЗМІ ("акули шоу-бізнесу") першочергово піклувалися про матеріальну сторону ніж про розвиток гарного смаку у слухачів та глядачів. У той же час на пострадянському просторі існують таки талановиті і заслужено популярні виконавці, за якими полюють звукозаписуючі компанії.

Шоу-бізнес, як і будь-який інший бізнес, орієнтований на конкретних споживачів, і ні від чого не залежить так сильно, як від купівельної спроможності у країні. Це було особливо помітно після дефолту в 1998 році. Тоді кількість гастролей артистів з Заходу скоротилася майже до нуля, а кількість звукозаписуючих фірм зменшилася майже в 3 рази.

Після розпаду СРСР в Україні почався "бум" української мови. Всі почали співати пісні українською, спілкуватися українською. Почалося так зване відродження українського духу, моралі, мовлення, мислення. З 1991 року, як всі ми знаємо, Україна здобула таку довгождану Незалежність, за яку боролася не одне століття. І тому можна вважати, що цей рік став і початком розвитку шоу-бізнесу в Україні.

***Шушпанова Наталия***

*(науч. руководитель – доцент ГАРККиИ Садовенко С. Н.)*

*Украина, г. Киев*

## **ДЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОДЮСЕРА: ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИИ**

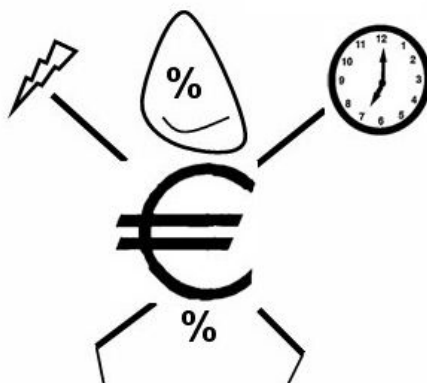
Можно с уверенностью сказать, что многие люди весьма смутно представляют себе, кто такой продюсер и зачем он вообще нужен. Самое частое заблуждение сводится к тому, что продюсера считают того, кто дает деньги. На самом деле, деньги дает инвестор, спонсор, друг, родственник или еще кто-нибудь. Продюсер денег никаких не дает, скорее наоборот, он их забирает. За свою тяжелую работу.

Для того, чтобы понять, какую функцию выполняет продюсер, полезно рассмотреть этимологию самого слова "продюсер". А проис-

ходит это слово от английского глагола "*produce*" – производить. Значит, продюсер – это человек, который "производит" фонограмму.

Как пишет И. Пригожин, самое главное качество профессионала – интуиция. Если человек не наделен этим природным даром, он никогда не станет продюсером. Второе – умение ориентироваться в информации. Третье – коммуникабельность. Четвертое – склонность к инновациям, всему новому. Пятое – правильное отношение к успехам и неудачам. Автор-продюсер еще добавляет трудолюбие, пунктуальность и т. п.

Интересным, на наш взгляд, есть графическое изображение продюсера, предложенное И. Пригожиным, подтверждающее наличие множества качеств профессионала-продюсера.



Роль продюсера тесно связана с понятием менеджмента, но, как и в любой сфере деятельности, имеет определенную специфику. Менеджмент – это управление в условиях рыночной экономики, то есть понятие главным образом связанное с изменением форм собственности и увеличением роли человеческого фактора. Известны такие основные функции менеджмента: организация, контроль, координация, регулирование, предвидение, активизация, исследование. Основными признаками менеджмента как своеобразного типа управления являются: организационные формы управления (гибкие и адаптированные к процессам рыночного поведения компании), профессионализм персонала, организационные приоритеты (человеческий фактор), мотивирование эффективной деятельности, личностный фактор (творчество и искусство менеджера, выделение креативного компонента).

На Западе продюсер – это человек, который делает музыку. Но у нас продюсер – это человек, который находит спонсорские, инвестиционные средства для продвижения проекта, также является организатором разноуровневых творческих, управленческих, правовых и экономических событий, процессов и явлений.

Многогранность продюсерской деятельности в музыкальной индустрии связана с мощной раскруткой проекта, которая включает в себя не только традиционные методы продвижения, такие как концертная, гастрольная деятельность, но и специфические – мерчандайзинг, участие в престижных музыкальных фестивалях, PR, создание промо-компаний в Интернете. Таким образом, появляются проекты, основанные на одном из нескольких шаблонов продвижения проекта: оригинальная идея проекта; вокальные данные исполнителей; мастерство композиторов.

Задача продюсера сводиться к созданию продукта, который будет иметь коммерческий потенциал. Помимо организационной деятельности, решения текущих вопросов и координации, перед продюсером стоит еще такая важная задача, как вдохновение всего коллектива на максимально эффективное выполнение всей работы по проекту.

В зависимости от продюсерской команды, объема выполняемых задач и системы управления продюсеры могут быть квалифицированы как генеральный, исполнительный, линейный, проектный, креативный и другие. Вне зависимости работает ли продюсер над конкретным участком проекта или координирует весь проект, он должен быть профессионалом и обладать достаточным количеством знаний и информации. Но к какой бы категории не относился продюсер, он должен понимать утверждение: "Артиста делает хит". Когда известность приходит к артисту, то сразу же она приходит и к продюсеру проекта. Поэтому вся деятельность продюсерской команды направлена на запись хитовых песен.

Продюсеру, как управленцу приходится координировать очень большое количество людей, направлять их, отвечать за их действия и судьбу проекта. Все участники и партнеры продюсерского проекта разделены на блоки, которые отвечают за выполнение тех или иных обязанностей: финансовый; организационно-правовой; творческо-управленческий; PR;

Как указывает И. Пригожин, продюсер, по сути, является лицом, персонифицирующим функции управления. В зависимости от статуса продюсера, в его обязанности входит огромное число функциональных задач, но обычно их всего пять:

1. *Стратегическая* – заключается в проведении анализа ситуации и разработке прогнозов, на основе которых ставятся цели, и организовывается координация процесса.

2. *Административная* – это контроль подчиненных, оценка результатов, осуществление коррекционной деятельности.

3. *Экспертно-инновационная* – постоянное ознакомление продюсера с новинками рынка, их квалифицированная оценка и их внедрение в практику.

4. *Социально-психологическая* – отвечает за создание в коллективе благоприятного морально-психологического климата, создание и поддержание традиций, предотвращение или разрешение конфликтов, формирование стандартов поведения.

5. *Лидирующая* – продюсер следит за тем, чтобы действия конкретных членов его команды не противоречили общим интересам и не подрывали внутреннее единство команды. Так же продюсер в определенных ситуациях должен являться организатором защиты членов своей команды или всей группы сотрудников.

Продюсеру как руководителю будет трудно добиться успеха в делах, если он не обладает пятой функцией в полной мере.

Таким образом, продюсер – это, прежде всего, организатор, за которым стоит целая команда, которая и делает проект.

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

**Афоніна Олена Сталівна**, доцент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Бабіч Еліна Анатоліївна**, викладач ДМШ № 13 ім. М.І. Глінки м. Києва, музикотерапевт, композитор, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Богданов Микита Миколайович**, учасник трансогового проекту "Ost & Meyer", власник продакшн-студії "JET-SOUND Studio", студент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Бондарева Олена В'ячеславівна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Бондаренко Андрій Ігорович**, старший викладач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Варга Микола Михайлович**, студент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Горенко Лариса Іванівна**, канд. мистецтвознавства, старший науковий співробітник, професор Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, Відмінник освіти України, старший науковий співробітник відділу культурологічних досліджень Національного науково-дослідного інституту українознавства

**Горелова Анна Миколаївна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Гріцкевіч Ольга Юрївна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Данілова Лариса Анатоліївна**, старший викладач кафедри фортепіанного виконавства та художньої культури Інституту мистецтв Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова

**Єльчиц Олександра Геннадіївна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Жуковська Тетяна Іванівна**, аспірантка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Зирін Олександр Альбертович**, доцент кафедри менеджменту шоу-бізнесу Київського Національного університету культури і мистецтв

**Зосім Ольга Леонідівна**, канд. мистецтвознавства, доктор філософії (Ph. D), доцент, професор кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Івженко Тетяна Володимирівна**, директор ДМШ № 8 м. Києва

**Ізваріна Олена Миколаївна**, кандидат мистецтвознавства, доцент, докторант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Кравченко Анастасія Ігорівна**, провідний концертмейстер Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, здобувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ

**Лаврик Олена Борисівна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Лазарєв Сергій Георгійович**, старший викладач кафедри мистецьких технологій та естрадного виконавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, генеральний продюсер студії "CTS records", керівник ді-джей та продакшн школи CTSchool

**Лазарєва Лілія Миколаївна**, директор музичного лейблу "CTS records", аспірантка кафедри мистецьких технологій та естрадного виконавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Литовка Олександр Володимирович**, доцент кафедри менеджменту шоу-бізнесу Київського Національного університету культури і мистецтв

**Ліва Наталя Валеріївна**, викладач музично-теоретичних дисциплін Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, аспірантка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Ліфінцева Галина Олексіївна**, доцент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Лоцман Руслана Олександрівна**, аспірантка Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова

**Моїсеєнко Марина Володимирівна**, студентка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Овчарук Ольга Володимирівна**, канд. педагогічних наук, професор кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Паламарчук Євген Іванович**, студент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Пискач Алла Андріївна**, аспірантка кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Редя Валентина Яківна**, доктор мистецтвознавства, доцент, професор кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, член Національної спілки композиторів України

**Садовенко Світлана Миколаївна**, канд. педагогічних наук, доктор філософії (Ph. D), старший науковий співробітник, доцент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, заступник директора з науково-технічної роботи Українського центру культурних досліджень Міністерства культури України

**Самая Тетяна Вікторівна**, заслужена артистка України, здобувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Солодовник Валентин Володимирович**, заступник директора з наукової роботи Українського центру культурних досліджень Міністерства культури України, кандидат економічних наук

**Стеценко Кирило Вадимович**, заслужений артист України, завідувач кафедри менеджменту шоу-бізнесу Київського Національного університету культури і мистецтв

**Суханова Ганна Олександрівна**, студентка кафедри естрадного виконавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Терещенко-Кайдан Лілія Володимирівна**, канд. мистецтвознавства, доктор філософії (Ph. D), доцент кафедри мистецьких технологій та естрадного виконавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Чегодаєв Сергій Анатольович**, викладач ВМШ № 1 ім. К.Г. Стеценка м. Києва, студент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Черкашина Олеся Валентинівна**, викладач музично-теоретичних дисциплін Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського, здобувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Черниш Маріанна Олегівна**, викладач кафедри рисунка та живопису Київського національного університету технологій та дизайну, аспірант Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Шульгіна Валерія Дмитрівна**, доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, член Національної спілки композиторів України

**Шушпанова Наталія**, студентка кафедри естрадного виконавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

**Яковлев Олександр Вікторович**, канд. історичних наук, доцент кафедри теоретичної, прикладної культурології і музикознавства Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв

## З М І С Т

### *Пленарне засідання*

#### ***Шульгіна В.Д., Жуковська Т.І.***

Основні напрямки діяльності кафедри теоретичної, прикладної  
культурології і музикознавства НАКККіМ .....3

#### ***Яковлев О.В.***

Культурологічна регіоніка в дослідженнях кафедри теоретичної,  
прикладної культурології і музикознавства НАКККіМ .....7

#### ***Редя В.Я.***

Культурологічна складова освіти сучасного продюсера .....9

#### ***Горенко Л.І.***

Теорія і практика продюсерської діяльності: історико-культурологічні  
виміри .....12

#### ***Овчарук О.В.***

Становлення продюсування в умовах національної культурної  
політики України початку ХХІ століття .....18

#### ***Стеценко К.В.***

Про трансформацію традиційної жанрової системи української народної музики  
у стилєвих напрямках вітчизняного шоу-бізнесу .....22

#### ***Литовка О.В.***

Фестивальна діяльність у роботі продюсера .....37

#### ***Солодовник В.В.***

Нормативно-правове регулювання продюсерської діяльності в Україні:  
стан, проблеми .....40

#### ***Зосім О.Л.***

Богослужбова музика у сучасному музичному просторі України  
(виконавський і продюсерський аспекти) .....51

#### ***Лазарєв С.Г.***

Електронна музика як частина масової культури: продюсерський  
досвід .....55

#### ***Зирін О.А.***

"Телевізійний формат" як елемент продюсерської діяльності  
в аудіовізуальній сфері України .....56

#### ***Садовенко С.М.***

Етика музичного-шоу-бізнеса в контексті продюсерської діяльності .....62

## **Майстер-класи, презентації**

**Богданов М.М.**

Бюджетний варіант технічного забезпечення студії звукозапису ..... 66

## **Матеріали круглого столу**

**Афоніна О.С.**

Ф. Шопен: транскрипції сучасності ..... 75

**Бабіч Е.А.**

Музичне виховання кожної дитини – потреба сьогодення ..... 77

**Бондаренко А.І.**

Оперна класика в українських перекладах: становлення,  
занепад і відродження традиції ..... 80

**Данілова Л.А., Івженко Т.В.**

Актуальні питання проведення конкурсів класичної музики ..... 82

**Жуковська Т.І.**

Теоретичні основи дослідження проблеми виконавського стилю ..... 84

**Ізваріна О.М.**

Режисерське мистецтво в українському музичному театрі  
20-х років ХХ століття ..... 88

**Кравченко А.І.**

Загальні тенденції розвитку камерно-інструментального мистецтва  
України другої половини ХХ століття ..... 93

**Кузьо О.З.**

Провідні тенденції культуротворчого процесу в Україні на початку ХХІ ст. .... 95

**Лазарева Л.М.**

Сучасні технології комунікацій в діяльності продюсера ..... 98

**Ліва Н.В.**

Дидактичний потенціал рок-музики як мистецтва романтичної традиції ..... 100

**Ліфінцева Г.О.**

Продюсерський проект – критерії і методи оцінки ..... 103

**Лоцман Р.А.**

Становлення та творчий розвиток українського співака з продюсером  
та без нього ..... 106

**Пискач А.А.**

Вокально-інструментальне мистецтво в контексті соціокультурного  
розвитку України (на прикладі фольклорного ансамблю "Володар") ..... 112

**Самая Т.В.**

До питання про витоки та специфіку продюсерської діяльності ..... 114

***Терещенко-Кайдан Л.В.***

|                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Дисципліни літургично-богословського циклу як предмет викладання спеціальних курсів ..... | 116 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

***Чегодаєв С.А.***

|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| Специфіка продюсування в індустрії звукозапису ..... | 120 |
|------------------------------------------------------|-----|

***Черкашина О.В.***

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Вінницька культурна ситуація початку ХХ ст.: аспект продюсування ..... | 123 |
|------------------------------------------------------------------------|-----|

***Черниш М.О., Садовенко С.М.***

|                                                                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Використання елементів українського обрядового строю та фризюри в продюсерській діяльності: створення сценічного образу ..... | 125 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

***Студентські студії***

***Бондарева О.В.***

|                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Проблема музичних потреб, запитів і цінностей у студентському молодіжному середовищі України: спроба соціокультурного аналізу ..... | 128 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

***Варга М.М.***

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| Продюсування як сфера управління персоналом в музичній індустрії ..... | 132 |
|------------------------------------------------------------------------|-----|

***Горелова А.М.***

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| PR як складова музичного мистецтва України ХХІ ст.: шоу-бізнес ..... | 137 |
|----------------------------------------------------------------------|-----|

***Гріцкевич О.Ю.***

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Механізм планування у сфері продюсерської діяльності ..... | 143 |
|------------------------------------------------------------|-----|

***Єльчиц О.Г.***

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| Бренд-білдінг як метод PR-технологій в музичному шоу-бізнесі ..... | 146 |
|--------------------------------------------------------------------|-----|

***Лаврик О.Б.***

|                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Актуальні проблеми менеджменту в професійній діяльності продюсера кінця ХХ – початку ХХІ століття ..... | 148 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

***Моїсєєнко М.В.***

|                                                   |     |
|---------------------------------------------------|-----|
| Фінанси та творчість у діяльності продюсера ..... | 150 |
|---------------------------------------------------|-----|

***Паламарчук Є.І.***

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| Фігура імпресаріо в музичному мистецтві ..... | 154 |
|-----------------------------------------------|-----|

***Суханова Г.О.***

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Розвиток музичного-шоу-бізнесу: історичний аспект ..... | 156 |
|---------------------------------------------------------|-----|

***Шушпанова Н.***

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| Деятельность продюсера: особенности профессии ..... | 160 |
|-----------------------------------------------------|-----|

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| Відомості про авторів ..... | 164 |
|-----------------------------|-----|

# ПЕРІОДИЧНІ ФАХОВІ НАУКОВІ ВИДАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

| № | Назва<br>(періодичність видання)                                                                                        | Розділи                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Збірник наукових праць<br><b>"Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури"</b><br>(2 рази на рік) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Загальнотеоретичні питання</li> <li>2. Проблеми культурології: історичні та сучасні розвідки</li> <li>3. Морально-естетичні проблеми сучасності</li> <li>4. Художня творчість як об'єкт естетикомистецтвознавчого аналізу</li> <li>5. Методичні та методико-педагогічні проблеми</li> </ol> |
| 2 | Науковий журнал<br><b>"Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв"</b><br>(4 рази на рік)            | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Філософія</li> <li>2. Культурологія</li> <li>3. Мистецтвознавство</li> <li>4. Історія</li> <li>5. Політологія</li> </ol>                                                                                                                                                                    |
| 3 | Альманах<br><b>"Культура і сучасність"</b><br>(2 рази на рік)                                                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Філософія</li> <li>2. Культурологія</li> <li>3. Мистецтвознавство</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                |
| 4 | Збірник наукових праць <b>"Мистецтвознавчі записки"</b><br>(2 рази на рік)                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Музикознавство</li> <li>2. Мистецтво театру і кіно</li> <li>3. Проблеми пластичного та ужиткового мистецтва</li> <li>4. Питання культурології</li> <li>5. Питання мистецької освіти</li> <li>6. Хроніка та бібліографія</li> </ol>                                                          |

Зазначені наукові видання є фаховими з:

*філософських наук* (збірник наукових праць "Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури", науковий журнал "Вісник ДАКККіМ", альманах "Культура і сучасність");

*історичних наук* (науковий журнал "Вісник ДАКККіМ");

*політичних наук* (науковий журнал "Вісник ДАКККіМ");

*мистецтвознавства* (збірник наукових праць "Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури", науковий журнал "Вісник ДАКККіМ", альманах "Культура і сучасність", збірник наукових праць "Мистецтвознавчі записки");

*культурології* (збірник наукових праць "Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури", науковий журнал "Вісник ДАКККіМ", альманах "Культура і сучасність").

Адреса: м. Київ, вул. Івана Мазепи, 21, корп. 11, кім. 34;  
тел./факс 501-78-28; e-mail: [nauka@dakkkim.edu.ua](mailto:nauka@dakkkim.edu.ua)

**Міжнародна науково-практична конференція**

**ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОДЮСЕРА  
В КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРІ  
XXI СТОЛІТТЯ**

**2 грудня 2010 р.**

*Автор проекту  
Відповідальний редактор  
Відповідальні за випуск*

*Комп'ютерна верстка  
Дизайн обкладинки*

*Садовенко С.М.  
Зосім О.Л.  
Зосім О.Л.  
Садовенко С.М.  
Супруненко С.І.  
Стрельніков В.А.*

Підписано до друку 12.12.2011. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
Друк офсетний. Умовн. др. арк. 9,99. Тираж 300 прим. Зам. 363.

---

Видавець і виготівник  
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв  
01015, Київ–15, вул. Івана Мазепи, 21  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів  
видавничої справи ДК № 3953 від 12.01.2011.