

СОЦІАЛЬНО-ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ МУЗИЧНОГО ПРОДЮСУВАННЯ ЯК ФАХУ

В статті аналізуються соціально-історическі передумови виникнення професії музикального продюсера. Ісследовані літературні джерела по історії феномена продюсування взагалі, і музикального продюсування в частині, їх зародження і розвиток. Охарактеризована ступінь розробки проблеми, етапи розвитку інституту продюсування і передумови виникнення його «аудіальної» різновидності – музикального продюсування, орієнтованого на індустрію звукозапису.

Ключеві слова: продюсування, музикальне продюсування, антреприза, проект, звукозапис.

Термін «продюсер» сьогодні увійшов у широкий вжиток, що є безумовним відображенням затребуваності даної професії суспільством. Але використання цього поняття, причому як у колах фахівців, так і широким загалом, ще не встановилося: йому часто надається різноманітний зміст. Як наслідок, сьогодні можна зустріти такі термінологічні варіації: кінопродюсер, музичний продюсер, саундпродюсер, продюсер звукозапису, виконавчий продюсер, лінійний продюсер, сопродюсер, вільний продюсер, та інші.

Вперше дану термінологію почали використовувати у кіно: саме тут виник специфічний термін «кінопродюсер», або «продюсер фільму» (від англ. film producer). Якщо вивчити титри до будь-якого американського фільму, то найчастіше там зазначено ще лаконічніше – «продюсер». Дана ситуація проіснувала до кінця 50-х років ХХ сторіччя, коли активно почала розвиватися музична індустрія, що спиралася на технології звукозапису і озвучення масових музичних заходів. Саме у цей період і з'явився термін «музичний продюсер», робота якого пролягала у опрацюванні музичного матеріалу і творчій співпраці з музикантами співаками.

Фактично процес продюсування зародився в одному з найдавніших видів мистецтва – театрі. У [1] стверджується, що продюсер у сучасному комерційному театрі («антрепренер») є ініціатором театрального процесу, який несе відповідальність за діяльність театрального підприємства, є його керманічем і захисником. Безумовно, витoki професії сучасного музичного продюсування лежать саме у театральній антрепризі і продюсуванні кіно, бо історичний розвиток аудіовізуального мистецтва йшов таким шляхом: видовища – театр – кіно – радіо – студії звукозапису – телебачення – інтернет.

В кінці ХІХ – на початку ХХ сторіччя, у суспільстві виникла потреба в нових формах поєднання творів мистецтва і споживача (публіки), а саме у своєрідній організації і впровадженні ринкових відносин у мистецтво. До появи такого глобального явища, як масова культура, для більшості видів мистецтв використовувалися лише традиційні форми публічного поширення, що спрацьовували сторіччями - театр, цирк, видовища. Разом з тим, деякі з видів мистецтв вже тоді не мали потреби у таких формах поширення – а саме – творчість художників, композиторів, поетів. Але починаючи з кінця ХХ сторіччя, у зв'язку з науково-технічним прогресом, твори мистецтва набули можливості масового тиражування. Це повністю відповідало концепції масової культури, яка за визначенням орієнтувалася на принципи оптимальності і раціональності творчості. Як наслідок, новими явищами у культурному житті людства виступили, з одного боку, нова система організації споживання творів культури, а з другого – необхідність стимуляції попиту на такі твори.

Хтось повинен був вирішувати ці нові завдання. Між мистецтвом і публікою потрібен був своєрідний посередник. Це і обумовило соціальне замовлення на появу продюсера, який виступив професіоналом-посередником у сфері творчої діяльності. Необхідність такого посередника розглядалася як нова якість для усього мистецтва загалом, і особливо для тих його видів, які раніше не мали власних інституціональних форм. Зазначимо, що у сценічному

мистецтві, яке ще за часів давньогрецького театру розвивалося у власних організаційних формах і вимагало обов'язкового залучення аудиторії на вистави, такий посередник був завжди. Пізніше, з становленням театру в Європі таким посередником став театральний антрепренер (від фр. *entrepreneur* – підприємець). Вважається, що впевне поняття «антрепренер» запровадив у широкий вжиток французький економіст Жан-Батіст Сей у 1800 році [2]. Це визначення характеризує антрепренера як підприємця, котрий знаходить ресурси у зоні низької продуктивності і перекидає їх у зону високої продуктивності, отримуючи зиск від такої діяльності.

Перші театральні антрепренери з'явилися одночасно з виникненням професійних театральних труп. Театральний антрепренер – це менеджер, підприємець, який працює в деяких видах мистецтва, утримувач приватного видовищного підприємства (театру, цирку, балагану, балетної трупи), яке пізніше набуло назву «антреприза». У Франції і Росії за таким фахівцем закріпився саме такий термін - «антрепренер», в Англії – «менеджер артиста», в Італії – «імпресаріо», у США – «продюсер».

В Україні також був розвинений інститут антрепренерства: Михайло Федорович Бабич ще в середині XIX сторіччя заснував власний театр у Сумах, де здійснив ряд успішних постановок – антреприз. Пізніше, учень Михайла Старицького Митрофан Ярошенко у 1899-1915р. керував власною театальною трупкою. Багато для становлення української антрепризи зробив Іван Когутяк, антрепренер і актор відомого навіть у Європі «Українського Рухомого Драматичного Театру», організованого ним у 1920 році у м.Станиславі.

Починаючи з кінця XIX сторіччя час висунув нові вимоги: паралельно з антрепренерством виникла його більш розвинена формація – театральне продюсерство. Одним з перших крок у цьому напрямку зробив російський театральний діяч Сергій Дягілев. На відміну від звичайних антрепренерів, він першим організував спеціально створені публічні художні акції, переважно балетні, що отримали назву «проект». Сьогоднішній термін «музичний проект» має витоки саме с Дягілевських театральних проектів.

Театр і музичні акції були щільно пов'язані ще з одним новим публічним жанром – кінематографом, започаткованим братами Люм'єрами. Цей зв'язок підтверджує той факт, що перші кінорежисери шукали сюжети для своїх фільмів переважно у театральних виставах. Деякі з них не обмежувались театром і шукали сюжети у музичних концертах. Але лише з появою звуку в кіно (1927 рік, фільм «Співак джазу») і розвитком електронного звукозапису було відкрито «шлюз» повноцінному формуванню фаху музичного продюсера.

Тут варто визначити, що власне вкладається авторами у поняття «продюсер» взагалі, і у споріднене поняття «музичний продюсер» зокрема.

Термін «продюсер» походить від англійського дієслова «to produce» – виробляти, продукувати, створювати [3]. Але якщо глянути ширше, це слово асоціюється з декількома значеннями - виробник, режисер, постановник, директор театру, власник кіностудії. Одне з визначень професії продюсера таке: «Продюсер у кінематографії – довірена особа кінокомпанії, яка здійснює ідейно-художній та організаційно-фінансовий контроль над створенням фільму» [4], тобто констатується, що продюсер може бути тільки у кіно. В інших роботах наголошується, що продюсер – це особа, відповідальна за якість звучання концерту або запису, музичних творів, їх порядок, оформлення тощо [5]. Стосовно кіновиробництва також існує досить цікаве визначення [6], яке стверджує, що продюсер у кінематографії капіталістичних країнах – це особа, що здійснює організаційно-фінансовий контроль за діяльністю знімальної групи і певною мірою вирішує питання добору співробітників (творчих і технічних) та відповідає за кошторис і терміни виробництва фільму.

Отже, маємо досить різні тлумачення: з одного боку продюсер – це «виробник», «продуцент», «творець», «режисер», з другого - «власник кіностудії», з третього – «довірена особа кінокомпанії», з четвертого – «відповідальний за якість концерту або запису», з п'ятого – «особа, що здійснює організаційно – фінансовий контроль і відповідає за кошторис і терміни»... Очевидно, що дослідниками даному терміну надається досить різноманітне значення. Але, аналізуючи цю термінологію, можна зробити висновок, що «узагальнене» поняття продюсера - це термін для визначення особи, яка виступає у ролі універсального

(творчого, адміністративного, фінансового) фундатора, керівника і провідника творчого акту (аудіовізуального твору) і представлення його громадськості. Продюсер мусить чітко уявляти, чи буде його творча ідея, закладена в акт, затребуваною майбутнім (прогнозованим) споживачем. Саме це вимагає від продюсера вміння мислити на «стиках» категорій творчості, психології і економіки. У цьому контексті слухним є загальне визначення поняття менеджменту [7]: «Менеджери організують роботу колективів, щоб вона була продуктивною. Вони несуть відповідальність за результати виробництва, створюючи і надаючи культурні блага». Але чому тільки культурні?

Що стосується кіно, де вперше виникло поняття «продюсер», то стаття 3 «Закону України про кінематографію» [8] стисло і змістовно визначає цю професію: «Продюсер фільму – це фізична або юридична особа, яка бере на себе ініціативу і відповідальність за фінансування, виробництво та розповсюдження фільму».

У будь-якого продюсера, окрім організаційних якостей, перш за все мусить бути розвинена творча компонента, інакше він буде не взмозі завоювати потенційного споживача і вразити його новизною своєї творчої задумки. Музичний продюсер, зокрема, мусить мати розвинений і тонкий музичний смак, бути обізнаним у новинках музичного ринку і тонкощах творчого процесу, вміти працювати з музичним матеріалом і головне – виконавцями. [9]

У перші роки існування звукозапису, без якого сьогодні важко уявити споживання музичної продукції, перші музичні продюсери шукали теми для своїх проєктів, відвідуючи концертні зали і танцювальні майданчики. Ці проєкти з'являлися у вигляді готових зіграних оркестрів, що мали свій усталений стиль виконання і репертуар. В таких умовах мистецтво музичного продюсування полягало головним чином у тому, аби відчутти майбутній комерційний потенціал музики, що виконується, якісно записати її, й видати згодом на звукових носіях (у той час грамплатівках). Для музичного продюсування тоді була необхідна студія, і, можливо, допомога аранжувальника. Такий «проєкт» зазвичай здійснювався під управлінням компанії звукозапису, яка брала на себе управління і фінансові ризики подальшого видання (тиражування) музичних творів [10].

З плином часу процес створення музичного запису став справою набагато більш складною, ніж простою фіксацією концертного музикування: завдяки саме цьому робота музичних продюсерів набула нового виміру – рис самостійної творчої професії. Найбільш успішні з таких фахівців почали відокремлюватися від компаній звукозапису, де вони зазвичай раніше працювали. Як «вільні художники» вони почали самостійно опрацьовувати особисто ними задумані проєкти і пропонувати компаніям звукозапису свої послуги з продюсування. Такі митці знайшли свою нішу у творчому процесі і почали створювати свої власні компанії – продюсерські агентства, які займалися винятково продюсуванням аудіовізуальних творів.

Але заради справедливості треба сказати, що спочатку цей процес «відокремлення митців» відбувся у кіноіндустрії, яке почала свій шлях дещо раніше звукозапису: кіно певний період існувало без звуку, а звукозапис ще не був винайдений. Сказане характеризує той факт, що у далекому 1919 р. зіркові діячі німого кіно (Ч. Чаплін, М. Пікфорд, Д. Фербенкс і Д. Гріфіт) заснували власну кінокомпанію United Artists («Об'єднані митці»). Зробити це їх вимусило зростаюче протиріччя між існуючою на той час системою кіновиробництва, яке було орієнтовано винятково на прибуток, і творчими прагненнями митців. Це наштовхнуло багатьох режисерів, акторів і сценаристів взяти на себе функції кінопродюсера.

Що стосується теренів звукозапису, то саме англієць Джордж Мартін (George Martin) фактично став першим музичним продюсером, який пішов цим шляхом [11]. У середині 60-х років він звільнився з провідної англійської компанії звукозапису Parlophone, де до цього працював звукорежисером. Д. Мартін почав самостійно займатися продюсуванням нікому невідому тоді гурту The Beatles і заснував власну компанію «AIR London». Завдяки таланту і новітньому підходу до музичного бізнесу, Мартін мав великий комерційний успіх. Спродюсовані ним музичні проєкти зацікавили власників провідних компаній звукозапису, він отримав велику кількість пропозицій від відомих естрадних зірок. Показово, що за свою

діяльність в музичній індустрії Дж.Мартін отримав найвищу нагороду Британії – орден Британської імперії.

Формування творчого світогляду майбутніх фахівців, що оволодівають професією музичного продюсера, неможливе без системного аналізу досягнень кращих світових фахівців, що працюють у цій галузі, без глибокого дослідження їхньої творчості. Ці компоненти мають складати ядро інноваційних процесів у професійній освіті фаху музичного продюсера.

Саме у такій площині автор вбачає основи оволодіння фахом музичного продюсера і необхідність розробки педагогічних методик викладання відповідних дисциплін у вищих навчальних закладах України.

Витоки сучасного музичного продюсування лежать у театральній антрепризі і мистецтві кіно, і це є індикатором «творчого» походження даного фаху. Багатозначність і багатошаровість терміну «продюсер» підтверджують широке поле діяльності цього фахівця: він є затребуваним різними видами мистецтв. Також очевидним є факт, що ринкові умови, інтегровані у музичний бізнес і розвиток аудіотехніки значно розширили творчі рамки роботи музичного продюсера, зробивши цей фах самодостатнім.

Література:

1. *Ленглі С.* Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід / С. Ленглі [пер. з англ., за ред. І.Д. Безгіна]. – К.: ВВП Компас, 2000. – 639 с.
2. *Сэй Ж.-Б.* Трактат по политической экономии / Жан-Батист Сэй. Экономические софизмы; Экономические гармонии / Фредерик Бастиа; [сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова]. – М.: Дело : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации, 2000.
3. *Мюллер В.К.* Англо-русский словарь. 70 000 слов и выражений. Изд. 14-е, стерео-тип. / Владимир Карлович Мюллер. – М.: Сов.Энциклопедия, 1969. – 912 с.
4. Сучасний тлумачний словник української мови: 100 000 слів [за заг.ред. д-ра філол.наук. проф. В.В.Дубчинського]. – Х.: ВД Школа, 2009. – 1008 с.
5. *Юцевич Ю.Є.* Музыка. Словник-довідник / Юрій Євгенович Юцевич. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2003. – 352 с.
6. Кино: Энциклопедический словарь / Гл. Ред. С.И.Юткевич; Редкол.: Ю.С.Афанасьев, В.Е.Баскаков, И.В.Вайсфельд и др. / Сергей Иосифович Юткевич. – М.: Сов. Энциклопедия, 1987. – 640 с.
7. *Поплавський М.М.* Менеджер культури: Підручник. / Михайло Михайлович Поплавський. – К.: МП Леся, 1996. – 416 с.
8. Закон України про кінематографію – Відомості Верховної Ради // 1998, № 22, с. 114.
9. *Черномыс О.* Человек-оркестр / Ольга Черномыс. – Обучение в России, 2002, №8.
10. *Albini, Steve* (1993), "The Problem with Music", The Baffler (Chicago: Thomas Frank).
11. *Martin, George; Hornsby, Jeremy* (1994). All You Need Is Ears. – New York: St. Martin's Press.

УДК 37.016.39:78

Завалко К.В.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

В статті аналізується понятійно-категоріальна база інноваційної направленості діяльності учителя музики, визначаються її особливості, дається характеристика учителя музики як суб'єкта інновацій.

Ключевые слова: інновація, інноваційна педагогічна діяльність, учитель музики.