

5. Естетичне виховання учнів засобами образотворчого мистецтва. Випуск 2. / Упорядник Н.Ф. Солом'яний. – К., “Радянська школа”, 1970.
6. **Кардашов В.М.** Теоретические и методические основы художественно-творческого развития школьников: Монография / Под ред. Н.А. Кушаева – Бердянск: ТОВ «Дом техники плюс», 2000. – 160с.
7. Народное образование. Основные постановления, приказы и инструкции. – М., Учпедгиз, 1948, С. 81 – 84.
8. **Сокальський О.С.** Мистецька освіта на Україні. / К.: “Музична Україна”, 1967.
9. **Языкова Н. Г.** Художественно-эстетическая деятельность школьников в традициях советской педагогики. // Эстетическая деятельность и ее развитие в педагогическом процессе. Теория, история, эксперимент. Сб. научн. трудов. – Москва – Кировоград, 1991. – С. 27 - 33.

УДК 7.075:78

В. П. Папченко

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВИКОНАВСЬКОГО МАТЕРІАЛУ ТА ОБРАННЯ СТРАТЕГІЇ МУЗИЧНОГО ПРОДЮСУВАННЯ

В статье рассматриваются начальные этапы музыкального продюсирования – оценка перспективности материала авторов-исполнителей и выбор стратегии продюсирования проекта. Исследованы пути формирования профессиональных навыков у будущих музыкальных продюсеров.

***Ключевые слова:** музыкальное продюсирование, авторы-исполнители, демонстрационная запись, стратегия продюсирования.*

The article deals with the initial stages of producing music - Prospects of the material authors, performers and the choice of strategy producing the project. Explored ways of forming the skills of future music producers.

***Keywords:** music producing, singer-songwriters, the demo recording, producing strategy.*

В наш час значущі для майбутнього культурні явища розвиваються в умовах зростаючих соціальних протиріч. По-перше, у сьогоденному постіндустріальному суспільстві міжособистісні комунікації пов'язані з застосуванням мультимедійних технологій, для яких характерне масове копіювання і поширення музичних творів (часто – несанкціоноване й низької технічної та художньої якості) через розвинуті соціальні мережі та Інтернет. По-друге, така «музична культура» має домінуючий вплив на формування світогляду і соціальну поведінку молоді, і цей вплив ігнорувати не можна.

У цьому контексті музичний продюсер є не тільки «виробником» музичної продукції, але й носієм моральності. Через опрацьовані твори музичний продюсер може володіти настроями молоді і опосередковано керувати її соціальною поведінкою. Будь-який продюсер часто-густо виступає таким собі одноосібним «керманичем смаків», тому значно зростає його роль як відповідального за формування кінцевих наслідків споживання створеного ним продукту. Буде створена продюсером музика гуманістичною, чи стимулюватиме агресію? Чи виховуватиме вона гарний естетичний смак у молодого покоління? Тут варто нагадати про субкультуру хіппі, яка значною мірою спиралась на пацифістські музичні ідеї і, в протиположності їй, – агресивні антисоціальні явища панк-музики. Відповіді на поставлені, зовсім не риторичні ці питання багато в чому залежать від рівня освіченості й громадянської позиції майбутнього музичного продюсера. Тому питання підготовки фахових і відповідальних музичних продюсерів є нагальним.

Сьогодні активно розвивається професійна освіта у галузі інноваційних технологій, і галузь музичного продюсування не є винятком. Професії звукорежисера, музичного продюсера, аранжувальника користуються значним попитом у широкого загалу молоді. У

цьому контексті можна навести характерні приклади: всесвітньо відомий коледж університету Берклі (США) вже кілька десятиріч готує професійних музичних продюсерів, звукорежисерів, композиторів, музикантів, що спеціалізуються на сучасній музиці[1]. В Росії музичних продюсерів готують в Університеті управління та Університеті культури та мистецтв, продюсерів для ТБ і радіо – у Гуманітарному інституті телебачення і радіомовлення, театральних продюсерів – у ГІТІСі [2]. Про те, що професія продюсера у Росії є затребуваною, говорить такий факт: ще у 2002р. Міністерством освіти РФ був затверджений державний стандарт підготовки у ВНЗ спеціалістів за спеціалізацією 06.11.66 «Музичний менеджмент»[3, с.3]. У ВНЗ України окремі дисципліни з галузі музичного продюсування фрагментарно викладаються для студентів факультетів музичних спеціальностей і нечисленних кафедр шоу-бізнесу. Повного циклу підготовки музичних продюсерів в нашій країні, нажаль, не існує. За 20 років незалежної України не було видано жодного підручника з цієї галузі, а такі важливі складові роботи музичного продюсера як методика оцінки первісного виконавського матеріалу, стратегія продюсування й викладання майстерності музичного продюсування недостатньо висвітлені в науково-педагогічній пресі України.

Аналіз професіографічної літератури засвідчив, що фах музичного продюсера є полікомпонентним і передбачає наявність глибоких знань з різних галузей: музики, звукотехніки, акустики, психології, економіки. До появи кінцевого продукту продюсування у вигляді досконалої фонограми, що згодом масово тиражується на аудіо-носіях, має пройти декілька етапів творчого процесу. Це, перш за все, оцінка перспективності первісного виконавського музичного матеріалу та обрання стратегії продюсування проекту. З'ясування особливостей цих етапів, виявленню закономірностей роботи музичного продюсера на них, розробка педагогічних методик підготовки професійних музичних продюсерів і є *метою* даної статті.

Процес навчання мистецтву продюсування став предметом досліджень багатьох фахівців. Кожен з них спирається на власний досвід і особисті уявлення про сутність молодіжної музичної культури та її культурологічні, мистецькі, педагогічні аспекти. Серед них можна виділити роботи С.Безклубенка, С.Корнеєвої, О.Черномис, О.Білоцерковського (дослідження феномену і становлення його як самодостатнього фаху), Й.Пригожина, Д.Пасмана, А.Коновалова (аналіз особливостей музичного продюсування), К. Стеценка, І.Дашевської, В.Осинського (робота музичного продюсера у студії звукозапису). Частина публікацій присвячена дослідженню місця інституту продюсерства у сучасному культурному просторі (С.Єрмаков), на телебаченні і кіно (А.Сидоров, Г.Іванов, М.Ксинопуло, Ф.Попов, А.Євменов), маркетинговим аспектам (С.Данилова). На відміну від академічної і народної музики, у процесі створення сучасної рок- та поп-музики фігура продюсера виступає ключовою. Цей фахівець не тільки контролює якість звучання фонограми або концертного виступу, підбирає команду фахівців, студію та концертне обладнання для реалізації проекту; як творча людина, він розкриває перед виконавцями і публікою нову перспективу бачення творів, надає звучанню індивідуальні риси. Це підтверджує така думка: «музичний продюсер – це людина, котра генерує ідеї, але яка обов'язково, з ким би і у якому жанрі вона не працювала, повинна знати музику і робити її краще, ніж самі музиканти»[4; с.19]. Важлива соціальна функція продюсера полягає в тому, що він «відповідає за художню й технічну якість, ідейно-тематичне спрямування твору та *економічні, психологічні і соціально-політичні наслідки його споживання*»[5, с.112]. Щодо областей діяльності музичного продюсера, то відомий російський фахівець Й.Пригожин вважає, що у сучасній культурній індустрії «творчість продюсера являє собою синтез науки та мистецтва»[6; с.51].

Процес музичного продюсування включає в себе декілька етапів, які проходять від моменту першої зустрічі виконавців з продюсером, і до фінального видання аудіо-альбому і виїзду артистів у концертне турне. У переважній більшості випадків первісний музичний матеріал виконавців є тим критерієм, за яким музичний продюсер обирає собі «об'єкт продюсування». У більшості випадків такий матеріал є «сирим» для безпосереднього видання на аудіо-носіях і потребує подальшого детального опрацювання фахівцями:

аранжувальниками, звукорежисерами, і перш за все – музичним продюсером. Що розуміється під «первісним виконавським музичним матеріалом»? Сучасна рок-музика визначається загальним явищем, для якого характерна така ситуація: учасники музичних гуртів виступають авторами своїх власних пісень (творів) [6; с.43]. Прикладом може бути творчість таких «культових» британських рок-гуртів, як The Beatles та Rolling Stones, які самі писали свої пісні і на творчості яких у ХХ столітті зросло не одне покоління молоді. В сучасній українській молодіжній культурі таку практику наслідували популярні гурти і солісти («Океан Ельзи», «Скрябін» тощо).

Етап оцінки первісного музичного матеріалу має бути проведений ще до прийняття музичним продюсером рішення про співпрацю з авторами-виконавцями [7]. Цей етап включає в себе декілька стадій.

Одна з них полягає у прискіпливому прослуховуванні продюсером живого виступу гурту/соліста на концертному майданчику, на публіці. Але такий підхід оцінки має свої обмеження: живе виконання не може дати продюсеру *вичерпні* дані про творчий потенціал артистів. Причина полягає в тому, що на концерті продюсер отримує лише «точкову», короткотермінову інформацію про можливості виконавців. Продюсерові важливо зрозуміти, чи зможуть музиканти продуктивно, безконфліктно і довгостроково працювати над проектом єдиною згуртованою командою на протязі місяців і років. Тим не менш, виступ музичного гурту на концерті дозволить уважному спостерігачеві визначити важливу річ: де проходить своєрідний субординаційний «водоподіл» між членами гурту як музикантами, а де – як персоналіями.

Друга важлива інформаційна функція живого виконання – це з'ясування актуальності і перспективності даного типу музики для споживача (публіки). Повчальним прикладом цього може бути досвід продюсера українського гурту «Табула Раса» Віталія Клімова, коли він у 1996р. відвідав концертний виступ молодого гурту «Океан Ельзи». Продюсер відчув творчий потенціал гурту за позитивною реакцією публіки і енергетикою виконання власних пісень, тобто члени гурту виступили як автори-виконавці. Все це дозволило уважному продюсеру відчувати перспективність для української публіки (як з'ясувалось пізніше, – не тільки) *саме такого* типу музики. Це був новий стиль, так званий «британський поп», у якому стартував «Океан Ельзи». Після такого «продюсерського спостереження» почалася тісна співпраця «Океану Ельзи» з В.Клімовим як продюсером.

На етапі оцінки демонстраційних записів музичний продюсер бере участь у формуванні списку пісень майбутнього альбому. Згідно із стратегією сучасного шоу-бізнесу, окремі пісні альбому спочатку видаються у вигляді окремих пісень («синглів») і транслюються по радіостанціях. Якщо компанія звукозапису замовила проект у продюсера, то саме її керівництво буде вирішувати ці питання, а якщо з гуртом працює вільний продюсер – це його прерогатива.

Ще одним важливим джерелом отримання об'єктивної інформації про потенціал артистів для продюсера є аналіз так званих «демо-записів». Отже, «демо-запис – демонстраційний запис, призначений для ознайомлення слухача-спонсора-видавця з гуртом».[3, с.261] У наведеному визначенні автор припускається двох важливих неточностей: по-перше, на фоні «слухача-спонсора-видавця» забута важлива постать музичного продюсера; по-друге, очевидно, під фразою «ознайомлення з гуртом» розумілося «ознайомлення з творчістю гурту». Саме по цих чорнових демонстраційних записах, неодноразово прослухавши і проаналізувавши їх, музичний продюсер мусить зробити остаточний висновок про творчий потенціал артиста/гурту. На цьому етапі він складає власне враження про художню якість музичного матеріалу і перспективи його майбутньої цікавості для широкої публіки. Головне завдання продюсера на цьому етапі – зрозуміти і оцінити творчий потенціал артистів, прослухавши концертний виступ і, часто технічно недосконалий, демонстраційний запис.

Наступний етап музичного продюсування – це обрання стратегії роботи над проектом. До нього варто приступати, коли творчий потенціал артистів з'ясовано, і продюсер прийняв позитивне рішення щодо перспективності роботи з ними. Але, якщо на першому етапі

продюсер вирішував тактичні проблеми (шукав відповідь на «Гамлетівське питання» – чи працювати далі з артистами), то на цьому етапі він розробляє стратегічні прийоми своєї роботи: як і що робити у середньо-терміновій перспективі. Наприклад, обміркувати шляхи втілення творчих ідей у конкретні музичні п'єси. Продюсер, який «сформувався» з музиканта (на відміну від того, що виріс із звукорежисера) може почати вибудовувати аранжування й структуру майбутнього твору чи музичного альбому. Якщо ситуація потребує, він може ініціювати переаранжування деяких п'єс, які на його думку «не спрацьовують». Тут мудрість досвідченого фахівця полягає в тому, щоби дозволити «сирим» ідеям пісень розвиватися власним природним шляхом, припустивши, що група сприйме ідеї продюсера і пізніше втілить їх у своїй музиці. На цьому етапі продюсерові варто проаналізувати потенційні проблеми, серед яких можуть бути:

- а) вади у якості музичного виконання;
- б) проблеми психологічної сумісності членів гурту;
- в) здатність учасників проекту наполегливо працювати і вирішувати поставлені продюсером завдання.

Тут належить дати чіткі відповіді на такі запитання:

- чи добре володіють музичними інструментами члени гурту?
- чи достатньо зіграна ритм-секція гурту?
- чи здатні вокалісти співати в тональності?

Наприклад, якщо гра барабанщика відповідає гарному аматорському рівню, то варіантами тут можуть бути інтенсивні репетиції, уроки у професійних педагогів і обговорення з членами гурту важливості перспектив запису майбутнього альбому. Якщо це не спрацьовує, то за узгодженням з гуртом, його «проблемний» учасник може бути відсторонений від роботи у проекті. Тут продюсер має виступити досвідченим психологом. Бути музичним продюсером не легко, але він – творчий керівник проекту, який несе найбільшу відповідальність.

Спілкуючись з музикантами проекту, продюсер після аналізу наявного матеріалу може зробити висновок, яка з п'єс майбутнього альбому є провідною, яка – другорядною, а яка містить ідеї для написання нового, ще більш успішного «хіта». При роботі з окремим солістом, який сам не є автором власних пісень, продюсер має більший ступінь контролю над відбором репертуару і може не погоджувати свій вибір з артистом. Учасники проекту мусять розуміти, що головний ризик у проекті лягає саме на продюсера: «проваливши» проект, він втратить довіру артистів і власний рейтинг.

Продюсер наділений широкими повноваженнями: ступінь його впливу на склад майбутнього музичного альбому може бути досить значною. Наприклад, фраза «мені подобається ця пісня, але мені видається, що її можна поліпшити, якщо внести в неї такі зміни» може бути ключовою у цій ситуації. Тут продюсерові варто віддати ініціативу гуртові, лише тонко стимулюючи його творчий рух у потрібному напрямку, відвівши собі непомітну роль «зацікавленого спостерігача». Тонкий психолог-продюсер зробить так, що гурт відчує, що більшість творчих ідей виходять саме від гурту, а продюсер лише сприяв остаточній кристалізації «сирих» п'єс у перетворенні їх на успішні «хіти».

Опрацьована за такою методикою музика, до її масового видання, мусить пройти своєрідний «особистий відбір» у музичного продюсера. Музичний продукт, оздоблений власними творчими ідеями, є для справжнього продюсера кінцевою метою діяльності, засобом підняття особистого рейтингу, заробітку і положенню у суспільстві. Музичний продюсер у прямому сенсі живе музикою і мало переймається іншими питаннями проекту, цим зазвичай займається його агент-менеджер. Фахівець, який успішно здійснив продюсування музичного гурту, зможе далі ефективно працювати і з виконавцем-солістом.

Тенденція у сучасній естрадній музиці підпорядковується законам типізації різноманітних форм. Але сьогодні багато популярних музичних п'єс, що пропонуються компаніям звукозапису для видання на носіях, часто-густо по суті звучать однаково. Це і схожі ритмічні малюнки, набір звуків, типові аранжування, незмінна структура «вступ-куплет-приспів-програш», і т.д. Саме з цієї причини при обранні музики для подальшого

видання компанії звукозапису ретельно підходять до персоналії музичного продюсера, намагаючись виявити у запропонованих ним проектах оригінальність, творчу новизну і комерційний потенціал. Творчий (креативний) елемент, здатність до створення цікавих, насичених новими ідеями композицій – це той особливий талант, який видавці аудіоконтенту і виконавці активно шукають серед музичних продюсерів.

Незалежно від жанру опрацьованої музики, етап оцінки первісного музичного матеріалу залишається для музичного продюсера здебільшого процесом спроб, помилок і знахідок. Але саме тут, завдяки уважному спостереженню і кристалізації «сирих» ідей виконавців у подальший якісний музичний матеріал і формуються засади успішності проекту. Наступний відповідальний крок – втілення креативних ідей і яскравого виконання у студійну фонограму і концертний виступ.

Музичне продюсування не є сумою усталених рецептів, якими початківцям варто сліпо керуватися, воно, як і будь-яка творча професія знаходиться у постійному розвитку. Непересічна особистість музичного продюсера, його відповідальність і багатий внутрішній світ, здатність образно і емоційно бачити долю майбутнього твору – ось складові, які ведуть до успіху процесу продюсування.

Роль оцінки первісного виконавського матеріалу та особливостей розробки стратегії роботи над проектом виступають важливим початковим етапом продюсування, який визначає подальшу успішність проекту. У формуванні професійних навичок майбутніх музичних продюсерів слід враховувати багатофункціональний потенціал мистецтва, спираючись при цьому на педагогічні методи опанування фахом.

Наведені методики можуть викладатися як спеціальна дисципліна у вищих навчальних закладах творчого спрямування, які готують фахівців для музичної індустрії, сприяти розвитку творчих здібностей студентів, розвивати в них творчі, організаторські, аналітичні здібності та навички керування колективами музичних виконавців.

Література

1. **Zak, Albin.** The Poetics of Rock: Cutting Tracks, Making Records. Berkeley: University of California Press, 2001.
2. **Черномыс О.** Профессия продюсер / Ольга Черномыс. — М.: Обучение в России, №8, 2002.
3. **Корнеева С.М.** Музыкальный менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Музыкальный менеджмент» (061166) и специальностям культуры и искусства (050000) / Светлана Михайловна Корнеева. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 303с.
4. **Корнеева С.** Как зажигают «звезды». Технологии музыкального продюсирования / Светлана Корнеева. — СПб.: Питер, 2004. — 320 с.: ил.
5. **Безклубенко Сергій.** Мистецтво: терміни та поняття: енциклопедичне видання: у 2 т. : Том 1 (А–Л) / Сергій Безклубенко. – К.: Інститут культурології НАМ України, 2008. – 240с. : іл.
6. **Пригожин И.** Политика — вершина шоу-бизнеса / Иосиф Пригожин. — М.: ООО Алкигамма, 2001. — 320 с.
7. **Осинский В.** Продюсер на студии / Владимир Осинский. — М.: Звукорежиссер, №1, 1998.

УДК 37.071 (477. 87) “17/18“: 262.12.

І. З. Задорожний

РОЛЬ МУКАЧІВСЬКИХ ЄПІСКОПІВ У РОЗВИТКУ ОСВІТИ НА ЗАКАРПАТТІ XVIII – ПОЧ. XIX СТОЛІТЬ

В статъе исследуется деятельность Мукачевских епископов, направленная на развитие образования Закарпатья XVIII – начала XIX вв. Рассматривается их активная