

Після цього на повільному видиху необхідно якомога довше затримати вантаж м'язами в піднятому положенні та зробити повільний видих через рот. Видихати повітря слід плавно, намагаючись якомога довше не опускати груди, наче вдих триває під час видиху.

Вправа 5

(сприяє формуванню повного дихання)

Початкове положення – стоячи. Унаслідок повного вдиху розширюються нижні ребра, а м'язи нижньої частини черевного преса напружуються. Видихати повітря слід рівним концентрованим струменем через вузьку щілину губ. Уявіть, що ви дмухаєте на запалену свічку, намагаючись загасити вогонь. Роботу міжреберних м'язів найкраще контролювати долонями рук.

Заняття вокалом і гра на духових інструментах мають спільні риси, зокрема і вокалісти, і музиканти-духовики у процесі звукоутворення використовують власне дихання. Тому наведені нижче кілька вправ хоча і запозичені у вокалістів, однак адаптовані до занять з освоєння духових інструментів.

Вправа 6

(сприяє формуванню правильного дихання)

Вправу найкраще виконувати біля дзеркала. Сядьте на стілець, обіпріться на його спинку. Розслабте плечі й шию. Вдихніть і видихніть на складі «хо-о-о». Запам'ятайте положення губ, горла і щелепи. Виконуйте вправу, чергуючи швидкі вдихи-видихи в такому положенні. Намагайтеся не піднімати плечі.

Вправа 7

(сприяє розвитку «відкритого» звука)

Намацайте на гортані кадик і прослідкуйте за його рухами під час позихання. Кадик починає опускатися вниз. Необхідно навчитися фіксувати таке положення під час гри на духових інструментах. Опущена, а отже, вільна і трохи розширена гортань сприяє хорошему природному виходу повітря, що, безумовно, позитивно позначиться на тембрі інструмента. Не намагайтеся силоміць тягнути гортань униз. Її правильне відкриття досягається лише відчуттям позихання. Для того, щоб досягти цього відчуття, можна уявити собі, що у вас замерзли руки і ви намагаєтеся зігріти їх своїм диханням.

Видихаючи на складі «хо-о-о-о», у вас виходить тепле дихання. Таким чином, щоб домогтися «теплого» звуку на інструменті, потрібно дихати теплим повітрям.

Як відомо, позитивний вплив на розвиток дихальної мускулатури дають заняття спортом, особливо плавання, біг, катання на лижах. Наприклад, під час плавання формується не лише швидкий і глибокий вдих, а й відносно тривалий видих у воду, що дуже схоже на вдих і видих під час гри на духовому інструменті. Однак найбільш природним наше дихання є під час сміху, тому варто більше сміятися, але і про роботу м'язів не слід забувати.

Висновки. У статті нами були запропоновані лише деякі вправи, які значною мірою допомагають пристосуванню дихальної системи музиканта до умов гри на духових інструментах. Сподіваємося, що вони стануть у нагоді не лише музикантам-початківцям, а й досвідченим духовикам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Апатский В. Н. Основы теории и методики духового музыкально-исполнительского искусства : учебное пособие / В. Н. Апатский. – К. : НМАУ им. П. И. Чайковского, 2006. – 432 с.
2. Вовк Р. А. Історія, акустична природа і виразні можливості аплікатури кларнета : дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.03 / Р. А. Вовк. – К., 2004. – 204 с.
3. Діков Б. Методика навчання гри на духових інструментах / Б. Діков. – Москва, 1962. – 116 с.
4. Орвид Г. Некоторые объективные закономерности звукообразования и искусства игры на трубе / Г. Орвид. – Москва : МГК. – 30 с.
5. Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька / О. П. Рудницька. – К., 2002. – 270 с.
6. Федоров А. Методика навчання гри на духових інструментах / А. Федоров. – М., 1975. – 158 с.

Дата надходження до редакції: 21.09.2018 р.

УДК 008:78.011.26

Ігор ГУРИЧ,

студент магістратури

кафедри естрадної музики Інституту мистецтв

Рівненського державного гуманітарного університету

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ВІТЧИЗНЯНОЇ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ПРОДЮСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті обґрунтовано феномен сучасної комерційної музики, що задає тенденцію у вітчизняній музичній індустрії. Визначено головні тренди сучасної української комерційної музики. Розкрито значення термінів «музичний продюсер» і «саунд-продюсер», окреслено їх роль у музичній індустрії. Досліджено

семіотико-естетичні засади та принципи музичного мислення в комерційній музиці.

Ключові слова: тенденція, комерційна музика, індустрія, популярна музика, комп'ютерні технології, феномен, синтез, контент, піар, PR-менеджмент.

В статті обоснован феномен сучасної комерційної музики, який задає тенденцію в сучасній музичній індустрії. Визначені основні тренди сучасної української комерційної музики. Розкрито значення термінів «музикальний продюсер» та «саунд-продюсер», визначено їхню роль в музичній індустрії. Досліджено семиотико-естетичні основи та принципи музикального мислення в комерційній музиці.

Ключові слова: тенденція, комерційна музика, індустрія, популярна музика, комп'ютерні технології, феномен, синтез, контент, піар, PR-менеджмент.

This article reveals the essence of commercial music, which sets the trend of the music industry in contemporary culture. The main trends of modern Ukrainian commercial music are identified, the significance of the music producer, sound producer and their importance in the music industry is revealed. Semiotics-aesthetic principles of musical thinking in modern Ukraine are studied; such as its synthesis with directions, styles and techniques.

Key words: trend, commercial music, industry, popular music, computer technology, phenomenon, synthesis, content, public relations, PR-management.

Постановка проблеми. Дослідження музичних уподобань масового споживача, що формуються в контексті сучасної культури, є актуальним уже тому, що своєчасність вивчення цього феномену певним чином пояснює зміни новітніх соціокультурних форм, що обумовлені розвитком інформаційних технологій. У зв'язку з цим формування комерційної музичної індустрії уподобань та їх розповсюдженість відбуваються вже в іншому контексті – новітньої культури. При цьому проблемою є те, що напрям комерційної музики залежить від заданих музичних трендів саунд-продюсерів, логістики PR-менеджменту, засобів масової інформації.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Комплексні дослідження комерції у сфері культури було здійснено науковцями: Г. Аванесовою, І. Верченко, Є. Гуськовою, І. Зацепкіним, О. Гриценко, Н. Гончаренко, Є. Мягкою, В. Переверзевим, Т. Косцовим, Т. Артем'євою, Г. Тульчинським, О. Козловою та іншими науковцями.

У сучасному культурно-мистецькому просторі України кінця ХХ – початку ХХІ ст. простежуються процеси стильового розмаїття у розвитку естрадно-вокального мистецтва. За останнє десятиліття з'явилася низка праць, присвячених означеній проблематиці, серед яких роботи Н. Сапожника, Л. Тормахової, Н. Попович, М. Мозгового, Л. Васильєвої, А. Бондаренко та ін.

Стрімкий розвиток даного жанру призводить до певних розбіжностей у науковій думці. Відбувається дискусія стосовно того, що ж називати популярною музикою, яка її відмінність від поп-музики. Саме ці питання і спонукало нас до написання означеної статті.

Мета статті – розкрити вплив комерційної музики на свідомість потенційного споживача; дослідити семиотико-естетичні засади та принципи музичного мислення в сучасній комерційній музиці.

Виклад основного матеріалу. Комерційною сьогодні вважається така музика, що досягла кінцевої мети свого впливу на слухачів, як-от:

придбання ними музичних композицій та альбомів в електронних крамницях, розповсюдження музичного контенту на радіо та телебаченні, логічна алгоритміка подальших кроків та дій щодо розповсюдження виконавцем або музичним гуртом своїх творів на українському музичному ринку, досконалий PR-менеджмент тощо.

Термін «комерційна музика» в означеній науковій статті є синонімом до поняття «популярна музика». Зразки музичної продукції, призначені для масового слухача, відзначаються простотою та легкістю сприйняття, не потребують додаткових емоційних витрат у процесі слухання творів, оскільки являють собою не мистецтво як таке, а лише «підробку під мистецтво» [1]. У сучасній науці, яка намагається осмислити музичну культуру, виникає парадоксальна ситуація, коли філософсько-естетичному та музикознавчо-естетичному аналізу піддається лише академічна опус-музика, а популярна (масова) музика залишається поза увагою науковців.

Розглянувши витоки популярної музики, можемо стверджувати про її антропологічні та біогенетичні корені, про те, що вона більш вкорінена в «життєвий світ» буденності. Німецький філософ Едмунд Гуссерль під «життєвим світом» розумів «світ людей і предметів, що безпосередньо оточують кожного із нас упродовж усього життя» [3, с. 321]. За концепцією Т. Черданченко, сучасна популярна музика бере свій початок від менестрельно-розважальної музики та елементів фольклорної традиції. Дослідниця до сутнісних джерел цієї музики відносить мета-історичні елементи, які вважаються антропологічно вкоріненими рисами популярної музики, що характеризують усю сферу її проявів – від витоків до сьогодні [7]. Повторення малодиференційованих наспівів відтворює циклічність подиху й пульсу, регулярну моторику ходьби, трудових і танцювальних рухів, інших видів активності тіла. Отже, фольклорно-менестрельна символіка формує музичні кліше як готові музично-символічні структури, що кодують ціннісні сенси популярно-розважальної музики.

Комерційний характер сучасної масової культури дослідник Зигмунд Бауман відобразив через поняття «індустрія розваг». Головними аргументами критики стало те, що на зміну різноманітності культурних традицій прийшов «єдиний, «усереднений», уніфікований стандарт» [2]. Проте деякі дослідники дотримуються гіпотези щодо недостатності пояснення причин популярності творів масової культури не лише поганим смаком публіки. Так, Н. Зоркая пропонує гіпотезу щодо причин успіху творів масової культури насамперед через збіг «параметрів масового успіху та класичних формул, які визначають естетику фольклору» [4, с. 130]. Для масового смаку характерна прихильність до дії, а не до розповідного, описового сюжету [5].

Крім того, слід звернутися й до проблеми авторства. Йдеться про втрату авторського «творчого начала». Формою існування музичної тканини в сучасній масовій культурі стає «проект», а ключовою фігурою і «творцем» – продюсер, комерційний ініціатор проекту. Таким чином, «перехід від твору до проекту, від автора до ініціатора проекту, від подання до інформаційного приводу є наслідком фундаментального переходу від простору мистецтва до простору виробництва і спожив-

вання», – зазначає В. Мартинов [6, с. 275].

Як відомо, за створення певного продукту відповідає насамперед продюсер, який займається втіленням проекту, починаючи з ідеї і закінчуючи його розкруткою, рекламою, просуванням. Зважаючи на це, продюсер не може стати успішним, якщо у нього відсутні такі головні якості, як інтуїція, комунікабельність, креативність, вміння бути відкритим до інновацій та орієнтуватися у широкому потоці інформації. У комплексі означені вище характеристики формують творчий характер професійного продюсера.

Однак варто пам'ятати, що продюсер – це ще й своєрідний менеджер артиста, який відслідковує всі аспекти професійної діяльності свого підопічного, займається просуванням музичного матеріалу, зрештою створює його ідеальний образ через сприйняття артиста публікою загалом, а також завдяки його іміджу, медійному образу тощо. Таким чином, сфера художньої творчості продюсера криється насамперед в сучасних можливостях масовості, медійності, популярності.

Після того, як продюсер та весь творчий колектив визначаються із вектором розвитку, розпочинається найважливіший, на нашу думку, етап – написання та підбір музичного матеріалу. Робота в студії – надзвичайно клопітка і не менш важка, ніж на сцені. У ході цієї роботи продюсер може або брати участь у творчому процесі, або, навпаки, – відмежуватися від творчого, тобто він сам вирішує, яка його функція при цьому: здійснювати менеджерський контроль чи займатися ретельним пошуком професіоналів – авторів текстів, аранжувальників, звукоінженерів та ін.

На сьогодні в титрах диска, треку або альбому можна також знайти і саунд-продюсера. Поява такої професії, як музичний саунд-продюсер, припадає на 50-ті роки ХХ століття – період, коли стрімкими темпами відбувається вдосконалення апаратури, з'являються мікшерні пульти – пристрої для обробки та зведення звукових сигналів, що використовуються на студіях звукозапису. Саме саунд-продюсер займається «виробництвом» звука, тобто знаходить потрібне звучання, ефектне аранжування, відповідну подачу. Водночас його діяльність є синтетичною та синтезуючою. На перший погляд, може здатися, що саунд-продюсер – це звукорежисер, однак це не зовсім так. Дійсно, музичний продюсер може виконувати функції звукорежисера, проте насправді його роль значно вужча – він займається суто творчою складовою. Тому музичного продюсера сміливо можна називати одним з авторів контенту. Нерідко саме саунд-продюсер пропонує поєднувати те, що здається не поєднуваним. Завдяки талановитому саунд-продюсеру трек буде сприйматися як єдине ціле, повною мірою передаючи настрій і демонструючи стиль виконавців.

Ринку праці професіоналів музичного продюсування в українському шоу-бізнесі, на жаль, досі не існує, на відміну від західних аналогів, де продюсер – це представник артиста на студіях звукозапису. Підписуючи із артистом контракт, такі студії зобов'язуються не лише фінансувати запис музичного матеріалу, а й здійснюють його подальше просування, зокрема зйомки фотосесій, відео-кліпів, організацію прес-турів. В Україні ж ці обов'язки покладено на продюсера, а як наслідок – саме він відповідає на кін-

цевий продукт.

Упродовж останніх років у нашій країні почали професійно підходити до підготовки музичних продюсерів, адже саме від них, на нашу думку, в майбутньому залежатиме не лише якість музичної продукції загалом, а й креативна подача артиста публіці та рівень організації шоу-бізнесу зокрема.

Висновки. Отже, важливою складовою масової музики є технологія створення зразків музичної продукції на основі стандарту, тобто «серійність». Функціонування та розвиток музичної культури в інформаційному суспільстві відзначається переважанням творів масової музики, які, внаслідок розповсюдженості та впливу на слухача, характеризують феномен комерційної музики. Саме масова музика є основним видом музичного мистецтва, в контексті якого розвиваються музичні вподобання значної кількості осіб у суспільстві.

Продюсер фактично є основним суб'єктом творчості у формуванні особистості артиста, сприяє його подальшому просуванню у світі шоу-бізнесу. Проте спектр його діяльності не завжди є чітко окресленим: він одночасно може бути менеджером, концертним директором, а ще – іміджмейкером, PR-агентом, тобто людиною, яка вирішує важливі організаційні питання. Вітчизняний музичний ринок зазвичай є споживчим, тобто основний акцент робиться на той матеріал, який, найвірогідніше, виявиться затребуваним потенційними споживачами. Саме завдяки так званій інтелектуальній поверховості та естетичній примітивності поп-музика часто піддається критиці.

Розвиток сучасної музичної галузі та шоу-індустрії потребує вдосконалення, зокрема й у питаннях підготовки професійних продюсерів, адже цього вимагає сьогодні культурно-розважальна сфера суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адорно Т. Легкая музыка / Т. Адорно // Избранное: социология музыки. – М. ; СПб. : Университет. книга, 1998. – 445 с.
2. Бауман З. Законодатели и толкователи: культура как идеология интеллектуалов [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. – 2003. – № 1 (27). – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2003/1/baum.html/>.
3. Гуссерль Э. Картезианские размышления / Э. Гуссерль // Логические исследования. Картезианские размышления. – Москва : АСТ, 2000. – 752 с.
4. Зоркая Н. М. На рубеже столетий: у истоков массового искусства России 1900-1910 годов / Н. М. Зоркая. – Москва : Наука, 1976. – 304 с.
5. Зоркая Н.М. Уникальное и тиражированное / Н. М. Зоркая. – М. : Искусство, 1981. – 167 с.
6. Мартынов В. Зона Opus Posth или рождение новой реальности / В. Мартынов. – Москва : Классика – XXI, 2008. – 288 с.
7. Чередниченко Т. В. Музыка в истории культуры. Курс лекций : в 2 т. / Т. В. Чередниченко. – Долгопрудный : Аллегро-Пресс, 1994. – Т.1. – Вып. 1. – 173 с.

Дата надходження до редакції: 05.11.2018 р.