

Папченко Валерій Павлович
заслужений працівник культури України,
доцент, доцент кафедри кіно-телемистецтва
Київського національного університету
культури і мистецтв
soundmagic@ukr.net

ВЗАЄМОДІЯ ПРОДЮСЕРА З УЧАСНИКАМИ МУЗИЧНОГО ПРОЕКТУ

Мета полягає у виявленні закономірностей взаємодії музичного продюсера у студії з учасниками музичного проекту: музикантами-виконавцями та фахівцями звукозапису. **Методологія** дослідження передбачає звернення до міждисциплінарного підходу; також застосовано компаративний та історико-логічний методи. **Наукова новизна** полягає у спробі оглянути та узагальнити базові принципи музичного продюсування у контексті студійної практики. **Висновки.** Музичний продюсер – стратег у галузі звукозапису і концертної діяльності, саме він формує смак майбутнього слухача; продюсер є керівником творчого колективу, який чітко уявляє собі фінальне звучання фонограми; він несе найвищу відповідальність за результати роботи у студії. Взаємодія продюсера з членами колективу є творчою і інтерактивною; вона побудована на відповідній ієрархії, співпраці і відповідальності кожного учасника проекту за свою ланку. Дії продюсера підпорядковані головному завданню – успішному запису проекту як з творчої, так і з комерційної сторони. Музичний продюсер вкладає свій талант, репутацію, кошти, майбутній рейтинг у фонограму чи концертне звучання і, в решті-решт, формує музичний стиль артистів. За будь-яким успішним і оригінальним "саундом" (як це доводить історія) завжди знаходиться конкретний продюсер.

Ключові слова: музичне продюсування, менеджмент, звукозапис, звукорежисура, студійні практики, саунд.

Папченко Валерій Павлович, заслуженный работник культуры Украины, доцент, доцент кафедры кино-телеискусства Киевского национального университета культуры и искусств

Взаимодействие продюсера с участниками музыкального проекта

Цель работы заключается в выявлении закономерностей взаимодействия музыкального продюсера в студии с участниками музыкального проекта: музыкантами-исполнителями и специалистами звукозаписи. **Методология** исследования предполагает обращение к междисциплинарному подходу; также применены компаративный и историко-логический методы. **Научная новизна** заключается в попытке осмыслить и обобщить основные принципы музыкального продюсирования в контексте студийной практики. **Выводы.** Музыкальный продюсер – стратег в области звукозаписи и концертной деятельности, он формирует вкус будущего слушателя; продюсер является руководителем творческого коллектива, который четко представляет себе финальное звучание фонограммы; он несет высочайшую ответственность за результаты работы в студии. Взаимодействие продюсера с членами коллектива является творческой и интерактивной; она построена на соответствующей иерархии, сотрудничестве и ответственности каждого участника проекта за своё звено. Действия продюсера подчинены главной задаче – успешной записи проекта как с творческой, так и с коммерческой стороны. Музыкальный продюсер вкладывает свой талант, репутацию, средства, будущий рейтинг в фонограмму или концертное звучание и, в конце концов, формирует музыкальный стиль артистов. За любым успешным и оригинальным "саундом" (как это доказывает история) всегда находится конкретный продюсер.

Ключевые слова: музыкальное продюсирование, менеджмент, звукозапись, звукорежиссура, студийные практики, саунд.

Papchenko Valeriy, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts

Interaction of the producer with the participants of the musical project

The purpose of the article is to identify the patterns of communication of the music producer in the studio with the participants of the musical project: musicians and musicians. The research **methodology** assumes an appeal to a general scientific approach; also comparative and historical-logical methods are applied. **Scientific novelty** consists in an attempt to comprehend and generalize the basic principles of musical producer's work in the context of studio practice. **Conclusions.** The music producer is a strategist in the field of sound recording and concert activity; he forms the taste of the future listener; the producer is the head of the creative team, who imagines the final sound of the phonogram; he bears the highest responsibility for the results of work in the studio. The interaction of the producer with the members of the collective is creative and interactive; it is built on the appropriate hierarchy, cooperation, and responsibility of each project participant for its link. Producer's actions are subordinated to the primary task – the successful recording of the project, both from the creative side and from the commercial side. The music producer invests his talent, reputation, money, future rating in a musical track or concert sound and forms the artistic style of the artists. For any successful and original "sound" (as history proves), there is always a specific producer.

Key words: musical production, management, sound recording, sound engineering, studio practice, sound.

Актуальність теми дослідження. Зміни, які відбулися в останні роки в культурному житті України, спонукають вітчизняне мистецтвознавство до вивчення новітніх тенденцій розвитку мистецтва, у тому числі музичного. Враховуючи швидко зростаючу інформаційну насиченість суспільства, перед дослідниками постають важливі завдання, зокрема у сфері культурних трансформацій. Широкопрофільний фахівець-професіонал сьогодні стає ключовою в багатьох галузях суспільної діяльності, не виключенням є і музична індустрія. Актуальними у науковому плані є дослідження новітніх форм творчої взаємодії суб'єктів культури, зокрема, такого малодослідженого явища для нашої країни, як феномен

продюсування у музичній індустрії. Дана стаття присвячена аналізу взаємодії музичного продюсера з творчим колективом виконавців і фахівців під час роботи над проектом у студії звукозапису.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останні роки зросла кількість російськомовних публікацій, присвячених роботі продюсера з виконавцями. Тематику музичного продюсування, зокрема роботу продюсера в студії звукозапису досліджували такі автори, як О. Чорномис, С. Корнеєва, В. Осинський, М. Воротной, В. Бабков. Разом з тим у вітчизняному мистецтвознавстві дана тема практично не висвітлена. Серед англомовних джерел можна виділити кілька монографій, здебільшого науково-популярного характеру, які мають багато спільного із журналістською творчістю [6; 7].

Звернімось до російськомовних джерел. Зокрема, О. Чорномис підкреслює, що при роботі з виконавцями продюсер орієнтується на власне "творче відчуття" перспективності музичного матеріалу і здатність генерувати нові ідеї щодо продюсованого матеріалу [5]. Ще один автор – С. Корнеєва, яка видала декілька монографій на тему музичного продюсування, у роботі [2] етап запису музикантів у студії характеризує як максимально відповідальний, якому передують кропітка підготовка у репетиційному періоді. У підручнику "Музичний менеджмент" [3] С. Корнеєва аналізує багатогранні якості музичного продюсера (музикант, звукорежисер, психолог, спеціаліст з іміджології, маркетингу та адміністрування), які допомагають йому в роботі з виконавцями. В. Осинський вважає, що репетиції варто проводити під керівництвом музичного продюсера у студії звукозапису і здійснювати пробні записи будь-якого цікавого первинного музичного матеріалу задля його подальшого аналізу і покращення [4]. М. Воротной [1] розглядає музичного продюсера як безперечного лідера творчого проекту.

Мета дослідження полягає у виявленні закономірностей взаємодії музичного продюсера у студії з учасниками музичного проекту: музикантами-виконавцями та фахівцями звукозапису.

Основний виклад матеріалу. Аналіз літературних джерел показав, що мало дослідженою, а в деяких аспектах – взагалі не дослідженою є сфера творчо-орієнтованої діяльності музичного продюсера, а саме його комунікативні зв'язки з виконавцями і іншими фахівцями (аранжувальниками, звукорежисерами, сесійними музикантами, музичними програмістами тощо), задіяними у процесі первинного опрацювання і запису музичних творів у студії.

Поставлена проблема потребує вирішення таких завдань: аналізу базових дефініцій музичного продюсування; характеристики складу учасників музичного проекту; виявлення особливостей співпраці музичного продюсера з фахівцями – учасниками музичного проекту.

Головну мотивацію артистів, творчість яких стає популярною і комерційно успішною, можна висловити фразою: "оточи себе професіоналами". Закони шоу-бізнесу діють однаково для всіх його учасників, і наведена вище теза також спрацьовує і для музичних продюсерів. Може так статися, що на початковому етапі артист-виконавець може знехтувати допомогою продюсера і спробувати стати "гуртом одного артиста", тобто зайнятися самопродюсуванням. Ця ідея має позитивний момент, враховуючи, що сьогодні стало доступним якісне звукове обладнання, яке значно спрощує процес запису фонограм. Але якщо уважно проаналізувати ситуацію в індустрії звукозапису, можна зробити висновок: фактично кожна музична п'єса, яка зайняла високі щаблі у рейтингових таблицях популярності, є результатом колективної творчості [3]. Типовим прикладом такого підходу є сучасна естрадна музика, яка часто є продуктом роботи колективу, який складається з артиста-вокаліста, аранжувальника, продюсера, звукорежисера тощо. Зазвичай у студії такий колектив працює під контролем менеджера компанії звукозапису, яка замовила запис музичного проекту. Цей менеджер, як правило, є співробітником відділу "артисти і репертуар" (АР) компанії звукозапису. Всі зазначені вище фахівці (менеджер, звукорежисер, аранжувальник) і будуть для артистів і продюсера тими самими "гарними професіоналами", потрібними для успішного здійснення проекту. Варто зазначити: високі професіонали працюють з фахівцями такого ж рівня.

Для повного з'ясування функцій музичного продюсера в студії варто зосередитись на прикладі гіпотетичного дебютного проекту продюсера-початківця.

Перший важливий момент для продюсера – зрозуміти, що, працюючи одноосібно, створити комерційно успішну фонограму дуже складно. Як зазначалося, для роботи над записом продюсеру потрібно залучити додаткових фахівців для об'єднання здібностей учасників запису. Тут спрацьовує одна з переваг початківця перед продюсером-професіоналом, а саме: необтяжений багаторічною роботою в музичній індустрії свіжий творчий підхід новачка. Свіжий у тому розумінні, що новачок зможе знайти нове оригінальне звучання.

Наступний крок – знайти мотивованих однодумців для спільної роботи над проектом. При такому сценарії розвитку продюсер зрозуміє, що задіяні фахівці виконують свою роботу професійно і дадуть можливість продюсеру повністю зосередитись на власній ролі в опрацьованому музичному проекті. Для музичного продюсера найбільш складним є такий проект: підписати контракт з посереднім гуртом (співачком/співачкою) і спробувати зробити їм гарне звучання. На жаль, це шлях, на якому продюсер зіткнеться з безліччю перешкод. Але парадокс тут полягає в тому, що саме така ситуація відмінно підходить для тих, хто бажає кинути виклик обставинам і самоствердитися: у шоу-бізнесі тому є безліч успішних прикладів.

На цьому етапі варто визначити моменти, які дозволять продюсеру знайти загальну мову з головними гравцями майбутньої команди: менеджером компанії звукозапису ("АР-менеджером") і звуко

режисером студії. АР-менеджер є творчим працівником, його головна функція – знайти "сирий" талант молодого артиста серед безлічі інших. Він займається відбором і прослуховуванням артистів, з якими компанія звукозапису може в майбутньому заключити контракт на видання музичного альбому [1]. З сотень співаків, музикантів, композиторів і гуртів він відбере лише декількох перспективних. Деякі виконавці-початківці, які записують свої твори самостійно, розглядають таке прослуховування як певний бар'єр і перешкоду для власного успіху. Насправді це не так: АР-менеджер покликаний дати хід до успіху, але лише талановитим. Його роль не зводиться тільки до пошуку невідомих молодих талантів і обранню продюсерів для роботи з ними.

АР-менеджер – повноправний член творчої команди, головний селекціонер, своєрідний "детектор потенційного креативу", тоді як мистецтво продюсера проявляється у створенні якісної музики, або, як мінімум, у допомозі музикантам у процесі її створення. Музичному продюсеру варто знайти спільну мову з менеджером компанії звукозапису і не заощаджувати свої сили на творчості та привносити в запис свіжі ідеї. Якщо така ідея виникла, а студійного часу або потрібного устаткування для її реалізації не знайшлося, і після цього запис був відкинутий публікою, продюсеру залишається звинувачувати у цьому лише самого себе.

Фахівців, які можуть одночасно виконувати роль і продюсера, і студійного звукорежисера, у шоу-бізнесі досить мало: ця індустрія не є винятком і також йде шляхом вузької спеціалізації. Є багато музичних продюсерів, які знають, що означають суто звукорежисерські терміни, наприклад "час реверберації" або "ступінь компресії звуку", але, залишившись у студії сам на сам з електронним обладнанням, не знають, як його налаштувати на потрібний результат. Саме в таких випадках продюсеру потрібен звукорежисер, і не новачок, а досвідчений студійний фахівець, який успішно здійснив не один десяток вдалих записів. З першокласним звукорежисером за пультом музичний продюсер зможе повністю сконцентруватися на своїх прямих функціях – доведенні до блиску аранжування і виконання творів. При цьому завданням звукорежисера є імплементація ідей продюсера у звучання фонограми.

За статистику, успішними продюсерами стають люди, які раніше були звукорежисерами, музикантами або директорами артистів. Продюсери, які сформувалися зі звукорежисерів, зазвичай самі можуть керувати складним студійним обладнанням і власноруч записати фонограму. Іноді вони йдуть саме таким шляхом, тим більше, що у професійних студіях завжди присутній асистент звукорежисера, який здійснює допоміжну роботу: налаштовує і комутує мікрофони, устаткування тощо. Саме співпраця з професійним звукорежисером допоможе продюсеру сконцентруватися на власній творчій компоненті запису – створенні цікавого звуку, не втрачаючи дорогоцінний час на технічні питання. На наш погляд, головна проблема таких продюсерів-"сумісників" полягає в тому, що бути гарним звукорежисером – складна і висококваліфікована робота, особливо у сполученні з обов'язками музичного продюсера.

У даній ситуації може виникнути враження, що продюсер займає більш високе становище в ієрархії індустрії звукозапису, ніж звукорежисер. Наша думка буде лаконічною: там де працюють професіонали – це не так. Звукорежисер є повноправним учасником творчого процесу, але в нього дещо відмінні функції. В цій ситуації у кожного з учасників колективу своя роль, і грати її потрібно, відповідно, не виходячи "за рамки жанру".

Продюсеру варто враховувати, що звукорежисери є своєрідними "перфекціоністами" у досягненні досконалості звучання, і іноді вони не відчують меж, де варто зупинитись. Тут роль продюсера зводиться до тактового вирішення цього питання. Грамотний звукорежисер, який точно відпрацює ідеї і знахідки продюсера і втілює їх у звук, – величезна цінність і допомога. Також музичний продюсер може отримати від звукорежисера слушні поради. В професійному звукорежисерові також повинні одночасно уживатися три фахівці: музикант, інженер, психолог. Саме завдяки останній якості він зможе дати продюсеру ту відповідь, яку той хоче почути, а іноді – заперечити йому. Якщо продюсер готовий адекватно сприйняти заперечення, це чудово: здорова критика лише допомагає в роботі. Звичайно, продюсер може розглядати такий розвиток подій як втручання у власну роботу, але йому не варто ігнорувати думку звукорежисера, який успішно пропрацював на десятках студійних сесій і досяг високого рівня розуміння музики.

Коли виконавці, продюсер, звукорежисер і компанія звукозапису домовились між собою і підписали контракт, варто вирішити питання задіяння додаткових учасників запису. Це можуть бути аранжувальник, музичний програміст, сесійні музиканти і вокалісти. Для успіху проекту усі його учасники повинні працювати в гармонії між собою. У проекті, ядром якого є гурт музикантів, зазначені фахівці можуть і не знадобитися, але у випадку продюсування артиста-соліста участь аранжувальника, програміста і сесійних музикантів життєво необхідна.

Момент, коли проекту потрібні послуги аранжувальника настає, коли під час репетицій один з учасників гурту вимовляє фразу: "У цій пісні чудово б прозвучала струнна група". Саме тут потрібна участь професійного аранжувальника. Кандидатури аранжувальників зазвичай відомі музичним продюсерам, і питання вибору персоналії – їх прерогатива. У часи до винаходу синтезаторів участь аранжувальників і сесійних музикантів у проекті була майже обов'язковою, але зараз ситуація змінилася, і електронні музичні інструменти дозволяють створити якісне аранжування. Але для певного виду аранжувань все ж краще звернутися до вузького спеціаліста: написання якісної партитури для струнної

або духової групи неможливе без глибокого розуміння законів звуковидобування і взаємодії інструментів.

Визначившись з кандидатурою аранжувальника, продюсеру варто запросити його на репетиції, пробні записи, на всі етапи проекту, де можуть генеруватися творчі ідеї. Професійний аранжувальник тонко відчує сутність пісні і втілить її в яскраве інструментування, адаптуючи його під головну ідею музики гурту або композитора. Класичний приклад – співпраця Джорджа Мартіна з гуртом The Beatles [6, 70]. Мартін, який був не тільки професійним звукорежисером і продюсером, а й професійним музикантом і аранжувальником, покращивши звучання гурту струнною і духовою групами.

Ще одні учасники процесу запису – сесійні музиканти і вокалісти. Сесійні музиканти не є постійними учасниками проекту чи гурту, а запрошуються для привнесення нових барв у звучання. У сесійних музикантів, крім віртуозного володіння інструментом, повинен бути цілий набір видатних якостей. Це, перш за все, здатність швидко адаптуватися до учасників проекту (комунікабельність), уміння швидко настроюватися на творчу хвилю процесу (адаптивність), мати відмінний слух, вільно читати партитуру, мати якісні музичні інструменти тощо. З розвитком технологій віртуальних музичних інструментів потреба в сесійних музикантах дещо зменшилась. Але справжні віртуози, як і раніше, цінуються. Головна причина, через яку запрошують сесійних музикантів, полягає в тому, що вони своїм виконанням можуть вдихнути "іскру" в уже опрацьовані музичні твори. Вдосконалюючись, майбутній продюсер навчиться відчувати різницю між тими з них, хто може добре зіграти, і тими, хто робить це блискуче. При відборі кандидатів продюсеру варто прослухати зразки їхніх попередніх студійних робіт: досвідчені "сесійники" мають фонограми (портфоліо) своїх робіт, а деякі навіть записують сольні альбоми.

Ще один фахівець, який може брати участь у сучасному студійному процесі, особливо з електронною музикою – музичний програміст. Він виконує функції, близькі до роботи аранжувальника, але має відношення до комп'ютерного програмування електронних музичних інструментів – вузька спеціалізація торкнулася і цієї сфери. Продюсер, який прийшов у галузь продюсування з професії музиканта, може сам зайнятися програмуванням, але він повинен чітко усвідомлювати, що ця робота потребує багато часу, енергії і концентрації. Найімовірніше, вона буде відволікати продюсера від головного завдання – розробки стратегії і стилю неповторного і оригінального саунду. Тому залучивши у проект такого вузького фахівця, як музичний програміст, продюсер зможе сконцентруватися безпосередньо на своїх функціях – створенню "енергетичного звучання", емоційного посилення, "зарядженості" музичної п'єси і наповненню її свіжими творчими ідеями. Типовий приклад такої співпраці – робота відомого саунд-дизайнера Говарда Скарра, який був відповідальним за звучання синтезаторів у відомих саундтреках Ханса Циммера (наприклад, у фільмах "Ангели і демони", "Темний лицар" тощо).

Програміст оперує великою електронною бібліотекою різноманітних звуків музичних інструментів, але головна його якість – мати професійну пам'ять на ці звуки. Наприклад, якщо продюсеру потрібно прослухати зразки звуків музичних інструментів, програміст повинен швидко знайти потрібні і запропонувати прослухати декілька варіантів. На цьому етапі продюсер викладає програмісту музичну ідею, формулює, що він хоче почути у підсумку і дає час програмісту попрацювати у студії. Саме у такій прямій інтерактивній співпраці проходить робота продюсера з фахівцями.

Складність об'єктивного дослідження роботи продюсера пов'язана із кількома факторами. По-перше, продюсер – професія, що міцно включена в ринкову економіку, більш того, є, у певному сенсі, вершиною "піраміди" виробництва у відповідній сфері. Саме продюсер відповідає за конкурентоспроможність певного товару, саме він "тримає руку на пульсі" пануючих трендів. Відсутність вузькопрофесійних знань і вмінь компенсуються широким кругозором, творчою інтуїцією, вмінням передбачати хід подій у мінливому світі моди, менеджерськими здібностями тощо. Недарма фігура продюсера часто наділяється "езотеричними" якостями, оскільки тонкощі його роботи часто лишаються за кадром широкої публіки, а механізми і "технології" його мислення є загадкою (часто навіть для самих музикантів). Тому зрозуміло, що жоден успішний продюсер не буде розголошувати власні професійні "таємниці", і не тільки через економічну логіку, а й через те, що цьому важко навчитись "за інструкціями". Не буде перебільшенням сказати, що досвід одного успішного продюсера може не значити абсолютно нічого для іншого, цей досвід не є наслідуваним. Ситуація змінюється надто швидко, щоб діяльність продюсера вмістити у межі певної "технології".

По-друге, тут виникає та сама проблема, що і з загальним дослідженням "невербальних" практик. Ми можемо оцінювати лише результат роботи продюсера, слухаючи фонограму. Але з'ясувати сам механізм створення звучання неможливо. Більш того, якщо по відношенню до партитури ми можемо застосувати конструктивний аналіз, то аналіз "саунду" є ускладненим через відсутність як сталої методології, так і термінології. Якщо оцінювати роботу, скажімо, диригента або виконавця можна хоча б компаративно (порівнюючи як з іншими інтерпретаціями, так і з самим нотним текстом як "ідеалізованим" першоджерелом), то діяльність продюсера із виробництва "саунду" є суцільним "чорним ящиком". Можливо, цим пояснюється велика кількість літератури, де фігурує слово "секрет". Наприклад, "Mixing Secrets For The Small Studio" Майка Сенйора. Там, де фігурують "секрети", відсутня ясність. Більш того, у випадку продюсера ми маємо справу одночасно і з виробництвом унікального (або хоча б трендового) саунду і з виробництвом секрету його створення.

Досліджуючи літературу західних авторів (які, враховуючи загалом більш розвинений стан наукового аналізу даної проблематики за кордоном), стає зрозумілим, що аналіз роботи продюсера можна умовно розподілити за наступними векторами:

– процедурний (загалом, спроба відповіді на питання: "як" і "що" треба робити, щоб стати успішним продюсером?). Сюди можна віднести і мікросоціологічні дослідження, присвячені "внутрішній кухні" музичної індустрії, і типові "рекомендації" (певно, для початківців), що здійснюють спробу узагальнення і адаптації попереднього досвіду і також мають певне наукове значення;

– фактологічний – сюди входять численні "біографії" знаменитих продюсерів, де факти часто межують з неконструктивним захопленням і житейськими "байками" (часто далекими від об'єктивного висвітлення подій).

На жаль, жоден з цих напрямів практично не апелює власне до предмету роботи продюсера, до безпосереднього матеріального втілення його творчості – до "саунду". Саме у цьому полягає виклик для майбутніх музикознавців. Спроби виявити "секрети" саунду повинні залучати надто широкий спектр як найзагальніших положень (типу мистецьких парадигм епохи), так і вузькоспеціалізованих знань.

Висновки. Музичний продюсер – керівник творчого колективу, він чітко уявляє собі фінальне звучання фонограми і несе найвищу відповідальність за результати роботи у студії. Взаємодія продюсера з членами колективу є творчою і інтерактивною; вона побудована на відповідній ієрархії, співпраці і відповідальності кожного учасника проекту за свою ланку. Дії музичного продюсера підпорядковані головному завданню – успішному запису проекту, як з творчої, так і з комерційної сторони. Музичний продюсер вкладає свій талант, репутацію, кошти, майбутній рейтинг у фонограму чи концертне звучання і, в решті-решт формує музичний стиль артистів.

Музичний продюсер – стратег у галузі звукозапису і концертної діяльності, саме він формує смак майбутнього слухача, тому дослідження діяльності таких фахівців ми вбачаємо нагальною потребою вітчизняного мистецтвознавства.

Література

1. Воротной М. Менеджмент музыкального искусства. Учебное пособие / Михаил Воротной. – М. : Лань, Планета музыки, 2013. – 256 с.
2. Корнеева С. Как зажигают "звезды". Технологии музыкального продюсирования / Светлана Корнеева. – СПб. : Питер, 2004. – 315 с.
3. Корнеева С. Музыкальный менеджмент / С. М. Корнеева. – М. : Юнити-Дана, 2006. – 304 с.
4. Осинский В. Продюсер на студии / Владимир Осинский. – URL : <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/page/prodyuser-na-studii-vladimir-osinskiy>
5. Черномыс О. Профессия "продюсер" / Ольга Черномыс. – URL : <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/page/professiya-prodyuser-olga-chernomys>
6. Massey H. Behind the Glass : Top Record Producers Tell How They Craft the Hits / Howard Massey. – San Francisco, CA : Miller Freeman Books, 2000. – 224 p.
7. Moorefield V. The Producer as Composer : Shaping the Sounds of Popular Music / Virgil Moorefield. – Cambridge, MA : MIT Press, 2005. – 168 p.

References

1. Vorotnoy M. (2013). Music Management. Tutorial. Moscow: Lan, Planeta Muzyiki [in Russian].
2. Korneeva S. (2004). How to light the "stars". Technology of musical production. Saint Petersburg: Piter [in Russian].
3. Korneeva S. (2006). Music Management. Moscow: Yuniti-Dana [in Russian].
4. Osinskiy V. (1998). Producer at the recording studio. Retrieved from <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/page/prodyuser-na-studii-vladimir-osinskiy> [in Russian].
5. Chernomyis O. (2002). Profession "producer". Retrieved from <http://biblioteka.teatr-obraz.ru/page/professiya-prodyuser-olga-chernomys> [in Russian].
6. Massey H. (2000). Behind the Glass: Top Record Producers Tell How They Craft the Hits. San Francisco: Miller Freeman Books.
7. Moorefield V. (2005). The Producer as Composer: Shaping the Sounds of Popular Music. Cambridge: MIT Press.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2018 р.