МИРОВЫЕ МУЗЫКАЛЬНО-ЗАПИСЫВАЮЩИЕ КОМПАНИИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ХУДОЖЕСТВЕННЫ-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СИСТЕМАХ

WORLD MUSIC RECORDING COMPANIES COMPANIES IN THE ECONOMIC AND SOCIAL SPHERE ART AND EDUCATIONAL SYSTEMS

УДК 78.05

Рудая Анна Сергеевна, преподаватель сольного пения, Специалист II категории МУДО «Школа искусств №2 им. А. Ханжонкова г. Макеевка», ДНР, Донецкая область, г. Макеевка

Rudaya Anna Sergeevna, rudaya.annia@yandex.ua

Аннотация

В данной статье рассматривается важность развития музыкального искусства в контексте функционирования крупных музыкальных индустрий и их влияние на образовательное, политическое и экономическое развитие уровня государства. В связи с популяризацией музыкального искусства как выгодного экономико-политического вида коммуникаций, рассмотрение тенденции расширения международных взаимосвязей через создание собственной крупной музыкальной индустрии с внедрением лейбловой системы является актуальным и интересным вопросом в различных профессиональных сферах.

Annotation

This article examines the importance of the development of musical art in the context of the functioning of large music industries and their impact on the educational, political and economic development of the state level. In connection with the popularization of musical art as a profitable economic and political form of

communication, the consideration of the trend of expanding international relations through the creation of its own large music industry with the introduction of a label system is an urgent and interesting issue in various professional fields.

Ключевые слова: музыкальная индустрия, экономика, международные отношения, музыкальные лейблы, музыкальное искусство, вокально-инструментальная специфика.

Key words: music industry, economics, international relations, music labels, musical art, vocal and instrumental specifics.

Постановка проблемы. В современном мире, важное место в структуре экономического развития заняла функция маркетинга, направленная на популяризацию того или иного вида товаров и услуг, для улучшения качественного уровня жизни граждан. Реклама, столь прочно занявшая позицию «неотъемлемой части повседневной жизни человека», не только способствует удержанию запланированного вектора развития сознания общественности и её осведомлённости, но и скрепляет экономические взаимоотношения разных стран посредством товарообмена и взаимного контакта с целью получения выгоды. Ярким примером использования маркетинговой системы в рыночных отношениях стали бренды звукозаписывающих компаний. Данные предприятия выполняют целый комплекс задач, влияющих как на ментальное совершенствование сознательного социального уровня, так и на взаимосвязь с зарубежными партнёрами, создавая тем самым прочные взаимовыгодные условия для дальнейшего процветания экономико-общественной среды.

Музыкальная сфера, по мнению автора статьи, одна из активнейших ячеек крупных индустриальных представителей, которая объединяет различные потребности современного человека, охватывая огромный возрастной диапазон. Об этом свидетельствуют успехи таких мировых музыкальных гигантов как Deutsche Grammophon (Германия), Erato, Warner Music Group (Америка), Sony Music Entertainment, Decca Records (Великобритания) и других представителей, которые развиваются и процветают на протяжении длительного периода

времени, обслуживая как детский/подростковый возраст, так и старшую возрастную группу. Несмотря на столь длительный период развития и существенную популяризацию системы музыкальных лейблов и брендов на зарубежном пространстве, поддержка и распространение классической музыки на территории России не столь распространённое явление, что приводит к оттоку профессиональных кадров, тем самым существенно снижая культурно-просветительский уровень страны, что является серьёзной проблемой, как в духовном, так и в экономическом плане. Преимущества системы музыкальных брендов и варианты их развития будут рассмотрены в предложенной статье.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрение вопросов развития музыкально-записывающих индустрий и явления звукозаписи затрагивалось в следующих публикациях: диссертации Коваленко О. А. «Музыкальная звукозапись как феномен культуры», Сибирякова В. Н. «Звукозапись как форма эстетической интерпретации»; рассмотрение исторического развития освещено в работах Н. Лебрехта, А. Кочанова, Е. Дукова и др.; анализ с точки зрения взаимоотношения классической музыки и коммерческой рекламы /телевиденья был представлен в статьях Журковой Д. А., Бернадской Ю. С.; интересы сохранения авторского права рассмотрен в диссертации Алистратовой М. Е. «Авторское право на музыкальные произведения». Таким образом, можно заметить, что, несмотря на малое количество работ, затрагивающих представленную тему, вопросы касательно звукозаписывающих компаний и лейблов интересуют представителей разных профессиональных сфер и многие положения данной темы остаются открытыми для обсуждения и изучения. Однако проблема взаимодействия звукозаписывающих музыкальных компаний с экономической политикой стран была мало рассмотрена и требует особого акцентирования внимания, что и оправдывает избрание данной темы автором статьи.

Актуальность. В XX-XXI вв. музыкальное искусство модифицировалось в многосистемную, функциональную индустрию, «корни» которой затрагивают различные профессиональные отрасли и уровни. Развитие технологий и их

тотальное внедрение в человеческий быт привело к аксиологическому смещению приоритетов общества. Постепенно развивающийся феномен «толпы», предполагающей выстраивание неких общих идеалов, догматов и ценностей, повлёк за собой необходимость вычленения необходимых «потребностных единиц» и их суммирование в единую систему, которая сможет взаимодействовать с разнообразными слоями общественности. Сфера музыкально-записывающей индустрии является идеальным вариантом взаимоотношения экономических, политических и культурно-образовательных связей, демонстрирующих уровень развития государства и его стабильности в мировом экономическом рейтинге. Сотрудничество исполнителей с зарубежными компаниями способствует не только популяризации музыкального искусства, но и привлекает в страну иностранных спонсоров, инвесторов, благотворителей, импресарио, а также студентов, вносящих оплату за своё обучение, которые существенно поддерживают экономико-культурное государственное развитие. Но в тоже время, недостаток собственных, развитых музыкальных брендов и компаний пагубно влияет на удержание профессионального кадрового ресурса и служит первопричиной его оттока за рубеж, что умаляет развитие музыкально-культурной области и негативно сказывается на финансовой стабильности в экономическом плане. Рассмотрение и анализ важности развития собственных музыкально-записывающих компаний и продюссирования поможет выявить ракурсы приоритетного экономического развития социокультурной сферы, что и обусловливает актуальность представленной темы.

Цель статьи. Целью статьи выступает освещение проблемы развития культурной сферы с ракурса музыкально-записывающих компаний и их взаимодействия с аналогами мировых звукозаписывающих брендов, с целью развития экономических и сотруднических отношений. В статье использованы следующие методы: аналитический, исторический, теоретический, компаративный.

Изложение основного материала исследования. Музыка, на протяжении всего исторического развития человеческой расы, служила коммуникативной функцией общения. Постепенно эволюционируя, она расширяла своё функциональное предназначение от элементарных звукосочетаний, до бытового, а после духовного и концертного жанра. Её кодировка также видоизменялась в связи с тенденциями времени: изначальное аудиальное снятие со слуха (как пример народное пение или распространение популярного мотива) переросло в закодированную нотацию, а с развитием технологического прогресса, хранение музыкального наследия перешло в обязанности записывающих компаний. Благодаря возникновению звукозаписи, многие шедевры музыкального искусства стали фиксированными и приобрели функцию длительного хранения, что даёт современным исполнителям возможность перенимать и анализировать интерпретационные особенности прошлых лет. Несмотря на свою основную эстетическую функцию, музыка, на протяжении многих веков, также служила востребованным товаром в обществе. Помимо развлекательной, существовала также духовная музыка, которая служит элементом влияния теологической сферы и является неотъемлемым компонентом эволюционного развития духовно-сознательного уровня общества. Музыкальное искусство также выступает в качестве нейтрального раздела функционирующих элементов государства: сохраняя политический нейтралитет, исполнители пропагандируют наследие разных стран, воздают дань уважения и развивают осознание гения классиков минувших веков, тем самым уравновешивая нестабильную ситуацию в мировой общественности и сглаживая расовые конфликты. Учитывая увлечённость и тенденцию зависимости молодого поколения от социальных сетей, музыкальное искусство становится существенным раздражителем в контексте формирования умственного развития сознания человека, особо затрагивая пубертатный период. Закладывание нужных и верных аудиальных эталонных представлений на подростковом этапе, служит импульсом расширения мировосприятия и формирование разносторонних, углублённых знаний, вследствие чего, создаётся крепкая база будущего профессионального

рабочего штата. В свою очередь, наличие в государстве стабильного потока молодых, перспективных учёных, закладывает прочный фундамент формирования дальнейшей научно-исследовательской плеяды, что также существенно влияет на экономическое развитие страны.

Однако, для более ясного рассмотрения важности затрагиваемой темы, стоит проанализировать историческое развитие звукозаписи и его значение в контексте прогрессивного развития науки и техники. Изобретение граммофона Эмилем Берлинером, в конце XIX века, существенно развернуло ракурс рассмотрения применения музыкального наследия в структуре экономического развития. До него, первые попытки записи и воспроизведения звука принадлежали изобретателю Томасу Эдисону, который в 1877 году представил звукозаписывающий цилиндрический аппарат, идея которого послужила созданию фонографа, на который позже был выдан патент. Однако основной задачей Э. Берлинер выдвигал сохранение качества звучания и возможность многократного создания дубликатов (копий). Если устройство Т. Эдисона отличалось тихим, искажённым звуком, малым временем эксплуатации, тем самым захватывая малый потребительский процент, то разработка граммофона и пластинок дала возможность выпускать целые партии востребованных композиций, вследствие чего повысился уровень производства (увеличилось количество затрачиваемого материала, что повлекло увеличение трудового ресурса) и финансовой прибыли. Постоянный поиск выгодного материала для музыкальных пластинок (от использования целлулоида/эбонита до шеллачной массы) позволил изобретателю достигнуть качественного, громкого звучания, увеличив объём вмещаемой информации, что послужило мгновенному признанию звукозаписывающей фирмы, впоследствии названной Deutsche Grammophon, которая на данный момент лидирует в общем списке мировых гигантов музыкальной индустрии. Таким образом, можно заметить, что потребность общества в качественном продукте постоянно растёт, в связи с чем, возрастают запросы к исполнителям и фирмам, занимающимся их записью и продюссированием.

На данный момент, музыка, в том числе и классическая, занимает важное место в статусном соотношении стран. Создание крупных, звукозаписывающих фирм на территории того или иного государства, способствует активному международному диалогу. Сотрудничество исполнителей с различными театрами и лейблами даёт возможность установления экономических связей между производителями (музыкант/компания/театр), и распределение выгоды по итоговому рыночному товару (постановка, пластинка, диск, аудио или видео трек). Освещение таких тандемов в СМИ влияет на быстрое распространение информации, тем самым привлекая ещё большую аудиторию.

Стоит учитывать, что любая аудитория подразделяется на аматорскую и профессиональную. Аудитория людей, профессионально заинтересованных в улучшении и популяризации искусства, при демонстрации им качественного результата по окончанию работы над тем или иным товаром, могут стать спонсорами, меценатами либо благотворителями заинтересовавшей и выгодной для них продукции. В своей диссертации Коваленко О. А. указывает на следующий момент: ««Большая» индустрия предлагает варианты уже зарекомендовавшего себя культурного продукта (политика уклонения от убытков), «малая» – обнаруживает и фиксирует новые тенденции» [2]. Существование одной без другой крайне невыгодно, так как очень часто, именно новые тенденции впоследствии становятся востребованным продуктом и переходят под протекцию «большой» индустрии. Это указывает на то, что для гармоничного и выгодного развития экономического потенциала в области искусства, индустриальную сферу следует развивать многопланово и гибко, что даёт больше факторов для материального обогащения производителя и страны.

Есть также примеры, когда звукозаписывающие устройства сами выступали в качестве экспериментального инструмента. К такому течению относится авангард, представители которого расширили назначение звукозаписи. К таким композиторам относится К. Штокхаузен, П. Булез, Л. Ноно, Дж. Кейдж и др. Их неординарный взгляд на музыку и созданный репертуар, повлёк мощный импульс заинтересованности (как положительной,

так и отрицательной) к новому и необычному виду искусства. Таким образом, можно заметить, что в сфере культуры заложен огромный экономический потенциал, так как идеи и проекты затрагивают интересы различных общественных слоёв, постоянно находятся в стадии развития, что соответствует метроритму современного времени.

Одними из крупных звукозаписывающих компаний можно выделить: Warner Music Group, Sony Music Entertainment, Decca Records, Deutsche Grammophon. Крупнейшей звукозаписывающей компанией считается Universal Music Group, имеющая региональные правительства в различных странах мира. Все они подразделяются на виды: уклон к классической музыке, эстрадно-джазовое направление и микстовое соотношение (синтез жанров). Анализируя общую тенденцию предпочтения разных возрастных категорий, следует указать на постепенное приобщение общества к классической музыке. Несмотря на популяризацию поп-музыки, особенно востребованную в среде молодёжи, качество современных, молодых эстрадных исполнителей на территории России очень часто находится на низком уровне, не соответствуя общепринятому стандарту. Именно представители академической школы всё больше сотрудничают с театрами и лейблами мирового уровня, заключают с ними ангажементы.

Мировая оперная певица Анна Нетребко, работает со многими востребованными театрами, однако основное сотрудничество закреплено за немецким Deutsche Grammophon. Дмитрий Хворостовский – российский драматический баритон, при жизни был трижды номинирован на «Гремми» и получил мировую славу за свой неоценимый вклад в вокальное искусство. Юлия Лежнева, представительница аутентичного движения, российское колоратурное сопрано, работает на одной сцене с Франко Фаджоли, Филиппом Жарусски, Максом Эммануелем Ценчичем и др. профессиональными музыкантами. Ю. Лежнева является эксклюзивной исполнительницей компании Decca Records и входит в число ярких представительниц российских исполнительниц музыки Барокко, динамика популяризации которого, на европейской сцене, находится на

высоком уровне. Ольга Бородина – солистка Мариинского театра, меццо-сопрано, выступает на мировых оперных сценах, в том числе в Метрополитен-опера, лауреат номинации «Гремми» в 2011 году и многие другие. Более ранняя плеяда выдающихся российских исполнителей, в числе которых Елена Образцова, Галина Вишневская, Зара Долуханова и т. д. создали эталонные интерпретации «золотого фонда» мирового оперного пения. Евгений Кисин – пианист-виртуоз, представитель лейбла Deutsche Grammophon. Валерий Гергиев – художественный руководитель Мариинского театра, главный дирижёр Мюнхенского симфонического оркестра, представитель британского лейбла Decca Records. Такие яркие достижения и развитие связей с другими странами демонстрируют высокий уровень подготовки профессиональных кадров и их востребованность за рубежом.

Работа с иностранными крупными фирмами подразумевает заключение контракта, при котором исполнитель становится представителем названной компании и обязан качественно удерживать уровень представленного лейбла. Сама фирма обязана обеспечивать активную концертную деятельность исполнителя, заниматься маркетинговой компанией, тем самым поддерживая себя в качестве производителя эталонного продукта. Взаимодействие отечественных певцов со столь крупными фирмами способствует привлечению представителей музыкальных индустрий на территорию РФ, вследствие чего, расширяется сотрудничество, укрепляются необходимые связи, растёт культурный уровень общества. Ценовая политика билетов осуществляется по принципу расположения концертного зала, его аренды, уровня представленного исполнителя (профессиональная подготовка, марка, бренд, процент раскрутки в маркетинговой сфере). Ниже приведём некоторые примеры цен на билеты на концерты ведущих музыкантов:

Таблица 1. Цена билетов на концерты ведущих музыкантов

Франко Фаджоли, аргентинский контртенор	Концерт в зале Зарядье, Москва, 2020	От 18,47$-76,87$.

Лара Фабиан, певица	Дворец Украины, 2020	От 13,07$-91,47$
Андреа Бочелли, певец	НСК Олимпийский, 2020	От 7,68$-83,02$
Анна Нетребко, оперная певица	Воронеж, 2020	От 53,80$-384,40$
Ролландо Виллазон, оперный певец	Зарядье, Москва, 2020	От 30,75$-99,92$.

Представленные примеры показывают, что ценовой эквивалент на билеты исполнителей, заключивших контракт с зарубежными корпорациями довольно высок для среднестатистического потребителя. Открытие таких концертных залов как Зарядье, даёт возможность привлечения крупных музыкальных исполнителей, работающих с различным репертуарным планом, которые востребованы зрительской аудиторией. Каждый иностранный исполнитель, при запросе на концертный тур, выплачивает определённый налоговый взнос. В 2013 году, украинские депутаты предложили 17% налог от выручки выступления артиста. В России, для отдельных стран, налог достигает 20 %. [6]. Для примера, общий доход от выступления американской группы Red Hot Chili Peppers в 2016 году, составил приблизительно 2 млн. долларов. [5] В фонд Украины, на территории которой состоялся концерт, было добавлено около 300 тыс. долларов в виде налогового обложения. Высокий налог провоцирует повышение цен на билеты, что ограничивает доступ к концертам граждан, чьи финансовые возможности ограничены (то есть крайне высокий % людей). Таким образом, страна теряет существенное количество прибыли. Также нужно понимать, что такой высокий процент может ограничить контакт с зарубежными партнёрами.

Для стабилизации экономических отношений, без ущерба для социума, с учётом прожиточного минимума, в стране необходимо развивать собственные музыкальные центры и корпорации, которые смогут стабильно функционировать и сотрудничать с более зрелыми партнёрами на одном уровне.

Это даст возможность свободного обмена кадрами, проведение более широкоформатных международных проектов, повлечёт за собой поднятие престижа работы в сфере культуры собственного государства, вследствие чего, повысится образовательный уровень и критерии отбора абитуриентов. Наличие в стране крупной музыкальной индустрии и фиксирование её представителей и баз на территориях зарубежных стран, вызовет необходимость партнёрского взаимоотношения. Создание индивидуального лейбла, который в свою очередь, будет внедрён на мировой музыкальный рынок, создаст уровень конкуренции другим представителям музыкальных индустрий.

Для граждан государства, такой вариант развития событий существенно простимулирует посещение музыкально-театральных мероприятий, и сделает мировое музыкальное искусство доступным для общества, в случае снижения покупной стоимости билета и расширения спектра исполнителей. Поток посещения увеличится – увеличится и сам доход, что и необходимо в данном случае. Возникновение и развитие музыкальных компаний приостановит отток кадров и развернёт в нужную сторону выстраивание сотрудничества: расширение связей с музыкальными брендами, налаживание отношений с иностранными театрами, филармониями и учебными заведениями, что также крайне выгодно в спектре рассмотрения экономических и международных отношений. Так как классическая музыка крайне востребована во все времена, равноправное сотрудничество с гигантами музыкальных компаний выведет государственные театры и другие учреждения искусства на новый уровень развития: расширение охвата музыкальных жанров, работа с различными стилями (аутентичное течение, классическое направление и т.д.), активный и взаимовыгодный обмен технологическими инновациями в сфере звукозаписи и т.д.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Подводя итог, следует сказать, что сфера культуры – это обширный пласт рычагов взаимодействия на общее государственное развитие. Являясь неотъемлемым спутником каждого человека (телевиденье, радио,

социальные сети), музыка формирует личностные качества, которые существенно влияют на создание субъективной модели поведения того или иного индивидуума. Классическая музыка направлена на развитие сознания человека, его гармоничного становления как личности, посредством расширения исторического, музыкального и художественного кругозора, а также выработке гибкой социальной адаптации. Создание крупной, государственной музыкальной компании (с узконаправленным академическим уклоном), соответствующей критериям ведущих мировых гигантов, повлечёт за собой не только возникновение весомого конкурента на общем мировом рынке, но и стабилизирует взаимоотношения между зарубежными партнёрами, остановит отток профессиональных кадров и выровняет экономически выгодные связи. Популяризация музыкального искусства указывает на стабильно развивающееся государство, которое заботится о своём прошлом и перспективно смотрит в будущее, что является гарантом стабильности для заключения отношений с международными представителями, что не раз указывалось на протяжении многих веков в трудах Аристотеля, Платона и др. гениев своего времени.

Изучая потребности социума и грамотно отражая их в академической сфере, государство извлечёт из этого не только экономически выгодные связи, но и будет способствовать формированию образованного, всесторонне развитого индивидуума, потребность в увеличении знания которого будет благодатной базой в дальнейшем развитии высокого профессионального кадрового штата. Общий государственный культурный вектор создаёт некую константную социальную модель, поддержание которой влечёт за собой постепенное выравнивание образовательного и культурного уровня социума, снижение агрессивной модели поведения, столь часто фиксированной за последние года, стремление граждан к позитивно-развивающему мышлению, а не к деградированному спаду. Это способствует восстановлению аксиологических догматов, включающих этические и эстетические нормы, столь необходимых и недостающих в современном обществе, что пагубно влияет на все сферы развития государственного уровня. Активная помощь государства в развитии

культуры, в том числе и музыкальных индустрий, поможет постепенно вывести показатель социального, политического и экономического развития страны на новую, перспективную ступень развития.

Литература:

1. Алистратова, М. Е. Авторское право на музыкальные произведения : автореф. дис. …на соискание канд. юрид. наук : 12.00.03 / М. Е. Алистратова; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». – Москва, 2012. – 27 с.
2. Коваленко, О. А. Музыкальная звукозапись как феномен культуры : автореф. на соискание учёной степени канд. культурологии : 24.00.01 / О. А. Коваленко; С.-Пб. гос. ун-т культуры и искусств. – Спб, 2012. – 24 с.;
3. Сибиряков, В. Н. Звукозапись как форма эстетической интерпретации : автореф. на соискание уч. степени канд. филос. наук : 09.00.04 / В. Н. Сибиряков; Московский гос. университет им. М. В. Ломоносова. – М, 2017. – 23 с.;
4. Титова, Л. Г. Музыка как инструмент политической социализации молодёжи / В. С. Турчина // Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского». – 2013. – №2 – С. 105-110;
5. Новостной ресурс. Обзор консультанта международного налогообложения. [Электронный ресурс]. URL: https://nv.ua/opinion/nalogi-so-zvezd-pochemu-deparde-bezhal-v-rossiyu-50005969.html (дата обращения 04.10.2019);
6. Новостной ресурс: сайт Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/2199633 (дата обращения 28.09.2019);
7. Знаменитые изобретатели: Эмиль Берлинер (1851-1929) изобретатель грамофона [Электронный ресурс]. URL:

http://lgroutes.com/Famous/Originator/%D0%B5mile_berliner.html (дата обращения 01.10.2020).

Literature:

1. Alistratova, M. E. Copyright on musical works: autoref. dis. ...for the cand. yurid. 12.00.03 / M. E. Alistratova; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education "Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation". - Moscow, 2012. - 27 p.;
2. Kovalenko, O. A. Musical sound recording as a cultural phenomenon: autoref. for the degree of Cand. kulturologii : 24.00.01 / O. A. Kovalenko; S.-Pb. State University of Culture and Arts. - St. Petersburg, 2012. - 24 p.;
3. Sibiryakov, V. N. Sound recording as a form of aesthetic interpretation: autoref. for the degree of Candidate of Philos. sciences : 09.00.04 / V. N. Sibiryakov; Moscow State University. Lomonosov Moscow State University. - M, 2017. - 23 p.;
4. Titova, L. G. Music as an instrument of political socialization of youth / V. S. Turchina // Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Yaroslavl State Pedagogical University named after K. D. Ushinsky". - 2013. - No. 2-pp. 105-110;
5. News resource. Review of the international tax consultant. [Electronic resource]. URL: https://nv.ua/opinion/nalogi-so-zvezd-pochemu-deparde-bezhal-v-rossiyu-50005969.html (accessed 04.10.2019);
6. News resource: website Kommersant [Electronic resource]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/2199633 (accessed 28.09.2019);
7. Famous inventors: Emil Berliner (1851-1929) inventor of the gramophone [Electronic resource]. URL: http://lgroutes.com/Famous/Originator/%D0%B5mile_berliner.html (accessed 01.10.2020).