

которые имеют эстетическую и коммерческую природу, удовлетворяют художественные и нехудожественные потребности аудитории. Продукты продюсерской деятельности (песня, музыкальный клип, презентация, ивент-мероприятие и др.) и продюсерские проекты (музыкальные группы, исполнители, концертные программы, фестивали, телевизионные проекты, премии и др.) оказывают мощное воздействие на формирование жизненных стратегий и ценностных ориентиров молодежи.

Цель статьи — выявить музыкальные проекты и проектные ниши в отечественном музыкальном бизнесе, которые способствуют формированию ценностных ориентаций современной молодежи.

Выбор потребителем музыки тесно связан не только с его вкусовыми пристрастиями и модой, но и с определенными ценностными ориентациями личности. Однако потребление музыкальной продукции, несомненно, приводит к коррекции в системе жизненных стратегий и ценностей: особенно быстро личностное осознание потребностей и принятие групповых ценностей происходит в процессе коллективной деятельности молодежи, например, участники музыкальной группы, зрители на концерте, присутствующие на дискотеке и др.

Многие российские и белорусские исследователи (Б. Г. Ананьев, М. В. Лесниченко-Роговская, Е. А. Макарова, А. В. Черданцева и др.) считают, что сегодня в молодежной среде выявляется тенденция к возрастанию и расширению роли ценностей самоактуализации в жизни современного индивида, стремлении гибко и осмысленно строить свою жизнь, ориентируясь на постановку цели и достижение результата [1, с. 154]. Ученые также подчеркивают важность коллективной концертной деятельности, в которой происходит личностное осознание музыкальных потребностей, формирование ценностно-смысловой сферы личности, процесс социализации и инкультурации как участников концерта, так и самих зрителей. Исторически сложилось, что в белорусском и российском обществе ценностно-смысловая сфера личности базируется на общечеловеческой нравственности, национальном самосознании, уважении к отечественной и мировой культуре, любви к своему отечеству [2, с. 153] и его музыкальному наследию.

Продюсерская деятельность — это вид предпринимательства в сфере музыкальной индустрии и представляет совокупность правовых, экономических, творческих и управленческих отношений. Однако, с появлением конкурсных музыкальных телевизионных проектов, таких как «Голос. Дети» — российская адаптация нидерландского формата «The Voice Kids», «Голос. Уже не дети»,

«Х-Фактор. Беларусь» — белорусская версия британского проекта «Х-Factor» (проект поменял название на «Фактор. ВУ» перед началом второго сезона в 2022 г.), «Талант краіны» / «Талант страны» и других вокальных телевизионных шоу по поиску талантов, функции продюсерской деятельности расширились. Они дополнились музыкально-образовательной, воспитательной функциями; функцией социализации будущего артиста, как члена музыкального сообщества; функцией включения исполнителей и телезрителей посредством песенно-музыкального репертуара проекта в культурную память нации и др.

Среди известных белорусских продюсеров Родион Басс («Славянский базар»), Евгений Олейник, Олег Молчан (1965–2019) — композитор и автор песни-послания «Молитва» легендарных «Песняров» и др. Одним из популярных за пределами Беларуси музыкантов и саунд-продюсеров является Валерий Дидюля — гитарист-виртуоз, композитор, аранжировщик, исполняет фолк-музыку, музыку в жанре «фьюжн» с влиянием стиля «нью-эйдж» [2, с. 356]. Музыкальные молодежные проекты в Республике Беларусь создаются в различных жанрах и направлениях: поп-музыка, фолк-музыка, рок-музыка, инди-поп, инди-рок, соул и др. Хип-хоп, рэп и грайм пользуются наибольшей популярностью у современной молодежи. В этом жанре начинал работать белорусский репер «Серёга» (Сергей Пархоменко), который затем продолжил выступать как российский артист. Сегодня он вместе с известной певицей Ольгой Бузовой и продюсером Иосифом Пригожиным является наставником уже третьего сезона белорусского телевизионного проекта «Фактор.ВУ» и дает старт молодым начинающим исполнителям в мир музыкального шоу-бизнеса.

Отметим, что в белорусской музыкальной индустрии, как и в российском шоу-бизнесе, существуют свободные проектные ниши, которые требуют новых исполнителей и своих продюсеров. Например, ощущается недостаток белорусских эстрадных дуэтов, эстрадных коллективов (boys-бэндов и girls-бэндов) для подростковой аудитории. Эту музыкальную нишу для нашей молодежи, к сожалению, быстро заняли корейские исполнители, работающие в жанре «кей-поп / k-поп» («BTS», «TWICE», «BLACKPINK», «SEVENTEEN» и др.). В этом жанре «кей-попа» танцы являются неотъемлемой частью, и певцы и певицы часто эффектно синхронизируют танец с пением, делая выступление более ярким. Такие музыкальные проекты (k-поп группы) еще называют «идол-группами» или «айдол-группы» (от слова «идеал»), которые утверждают свои идеалы для подражания молодежи. Большинство айдол-групп (айдолов)

применяют моду, причёску, макияж, особое движение или показывают выражение лица, которое сразу запоминается и высоко ценится поклонниками. Такие особенности демонстрируются с помощью музыки и видеоклипов. Проекты в сфере k-поп музыки поддерживаются специальной интернет-платформой «Tumblr», которая формирует рейтинги таких групп в конце каждого календарного года. Рейтинги «Tumblr» основаны на собственной «фандометрике», которая ранжирует наиболее обсуждаемых на платформе артистов, а также отслеживает интересующие фанатов темы и изменения в разговорах пользователей. Такой комплексный подход к управлению музыкальными проектами обеспечивает успех проектов в сфере k-поп музыки и указывает на продюсерские технологии, которые могут помочь в создании молодежных музыкальных проектов с отечественными исполнителями.

Несмотря на высокий и признанный уровень белорусских исполнителей академической музыки и академического пения, музыкального образования в России и в Беларуси, большое проблемное поле связано с продюсированием академической музыки и ее исполнителей. Вместе с тем, существуют положительные примеры, которые можно взять за основу для создания продюсерских проектов в сфере продвижения классической музыки и академического исполнительства.

Симфонический оркестр «CLASSIC ENERGY» — успешный коммерческий продюсерский проект в сфере академической музыки. Музыканты выступают в белых неофициальных костюмах, вместо привычных для классических концертов черных фраков, исполняют композиции мировых классиков, а также российских и белорусских композиторов. В их концертной практике существуют отдельные проекты, посвященные композитору А. Вивальди («Вивальди. Времена года»), музыке кино (исполнение саундтреков Ханса Циммера, Эннио Морриконе, Рамин Джавади), рок-музыке («Шедевры мирового рока»), отдельным музыкальным инструментам («Рояль. Минское море», «Два рояля», «Grand Piano Music in Dubai»), солирующим исполнителям и др. Оркестр готовит новый проект «POP & RAP SYMPHONY» (хиты мировых поп и рэп-исполнителей) — концертное шоу, в сопровождении хора, современного светового оформления с трансляцией происходящего на сцене на большой светодиодный экран. Среди участников оркестра много выдающихся музыкантов. Музыкант Никон Мозоль — победитель телевизионного шоу «Талант країны», лауреат международных конкурсов и обладатель специальных премий Республики Беларусь. Оркестр принимает участие в музыкальных фестивалях разных уровней и

является лауреатом многочисленных премий, признан наиболее успешным музыкальным проектом в сфере академической музыки, способствующим ее популяризации у молодежи.

Интересна идея проекта «Неоклассика в планетарии» Лаборатории естественнонаучных знаний «Планетарий» отдела интеллектуального творчества Минского государственного дворца детей и молодежи в рамках образовательной музыкально-эстетической программы «Музыка и звезды» с целью интеграции астрономии и классической музыки. Музыкальные программы готовятся с учётом акустики и специфики минского Планетария, способствуют развитию инноваций в музыкальном искусстве и полнокупольном кино и формированию культуры личности.

Таким образом, сегодня в музыкальной индустрии в равной степени сосуществуют различные векторы для продюсирования музыкальных проектов, существуют свободные ниши на отечественном рынке музыкальных проектов, есть проблемы с продвижением академической музыки и сильным влиянием современной зарубежной поп-музыки на подрастающее поколение (при отсутствии на собственном музыкальном рынке востребованных отечественных проектов). В Республике Беларусь работают продюсерские центры и продюсеры, создающие молодежные музыкальные проекты; учреждены несколько премий в области современного музыкального искусства и реализуется большое количество совместных телевизионных проектов, которые способствуют развитию и популяризации белорусской и российской музыки, молодых исполнителей, активизации процесса продюсирования и сотрудничества в развитии проектного менеджмента в сфере современной и классической музыки. Построение Союзного государства Беларуси и России расширяет общее рыночное пространство концертно-гастрольной и музыкальной проектной деятельности. Следует помнить, что выбор потребителем музыкальной продукции тесно связан с его вкусовыми пристрастиями и модой, однако, может повлечь за собой существенные изменения в системе жизненных стратегий и ценностных ориентиров молодежи.

Список литературы

1. Черданцева, А. В. Ценностно-смысловые составляющие образа мира участника туристической деятельности / А. В. Черданцева // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Педагогические науки. — 2009. — № 5. — С. 151–154.
2. Калашникова, А. В. Проектный менеджмент в сфере современной музыки / А. В. Калашникова // Научный поиск в сфере

