

Бушкин Т. А., студент 316А(к) группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Шедова Е. В.,
кандидат искусствоведения, доцент

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МУЗЫКАЛЬНОГО
ПРОДЮСИРОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ
(НА МАТЕРИАЛЕ ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОЛЕГА ЕЛИСЕЕНКОВА)**

Музыкальный продюсер (от англ. *produce* – производить) – лицо, ответственное за разработку и производство музыкального проекта. Продюсер контролирует все этапы создания законченного продукта, начиная от подготовки идеи, заканчивая реализацией и дистрибьюцией. Продюсером может быть руководитель собственной музыкальной группы или команды специалистов, представитель музыкального лейбла или сольный артист-исполнитель [1]. Продюсер – это тот, кто является инициатором, заказчиком, автором некоего проекта. У продюсера есть определенное видение и план реализации этого проекта, а его задача – проследить за ходом работы и получить максимум от конечного результата, будь то удачное донесение художественной задумки или получение наибольшей коммерческой выгоды.

Продюсеры в сегодняшнем понимании этого слова появились в XX в. в эпоху коммерциализации музыки. Их работа в первую очередь касалась студийного аспекта музыкальной деятельности – контроля процесса записи и сведения, подбора музыкантов и инженеров для работы над проектом [3]. Результатами этой работы становились записи,

подготовленные для массового распространения с помощью носителей информации и трансляций по радио и телевидению.

В музыкальном продакшене Республики Беларусь какое-то время неизбежно сохранялись советские устои. В СССР процесс создания, записи и выпуска музыки был полностью приватизирован государством: артисты эстрады исполняли песни, написанные членами Союза композиторов на стихи профессиональных поэтов, записью занимались в государственных студиях теле- и радиовещания специально подготовленные инженеры. В начале 1990-х гг. главным цехом по записи и выпуску музыки на массового потребителя оставалось Гостелерадио Республики Беларусь [2]. Композиторы и авторы песен подавали на радио свои песни и композиции, где, если песня отвечала всем требованиям, подбирались музыканты-исполнители, вокалисты, аранжировщик, редактировался текст вокального произведения, осуществлялась его запись и трансляция. При желании и его обоснованности автор имел возможность повлиять на состав исполнителей, настоять на выборе определенного вокалиста, и, при наличии соответствующего образования, даже написать собственную аранжировку.

Например, о начальном этапе своей деятельности в качестве продюсера Олег Николаевич Елисеенков, композитор, доцент кафедры эстрадной музыки БГУКИ, заслуженный деятель искусств Республики Беларусь рассказывает следующее. В 1987 г. он познакомился с молодым амбициозным вокалистом Александром Солодухой, который на тот момент работал в Государственном оркестре симфонической и эстрадной музыки Белорусской ССР под управлением М. Финберга. Целью знакомства было совместное творчество – певец искал новые, еще неизвестные песни белорусских композиторов, и О. Елисеенков не

упустил возможность получить максимум от этого сотрудничества. Как вспоминает музыкант о своем первом продюсерском опыте, «тогда, в 1987 г., слово «продюсер» еще не употреблялось. Но я уже понял, что композитору для известности мало написать хорошее вокальное произведение. Надо правильно вкладываться в какого-либо артиста, тесно с ним сотрудничать, чтобы твое творчество ассоциировалось с исполнителем. Как, например, сотворчество Игоря Лученка и Ярослава Евдокимова. Интерес зрителей и слушателей всегда фокусируется на исполнителе. Тем не менее, во время интервью на радио, на телевидении автор так или иначе будет находиться рядом» (из личной беседы). В результате О. Елисеенков привел А. Солодуху в качестве вокалиста для своей новой песни «Завороженная фея» (на слова А. Бадака) на студию тогда еще Гостелерадио БССР. Вскоре после записи «Завороженная фея» попала на фестиваль белорусской песни «Песню бярыце з сабою», который транслировался по телевидению, что позволило и песне, и артисту, и автору завоевать симпатии широкой зрительской аудитории.

Следует отметить, что правильным подбором артиста работа продюсера вовсе не завершается. В сфере популярной музыки во все времена композиторам важно уловить формат произведения, интересный слушателю. Структура песни, ее длительность, содержание, характер исполнения, стиль аранжировки – все это влияет на то, как песня будет принята потребителями. И если хоть один из перечисленных компонентов будет выполнен не на должном уровне, то это вызовет подсознательное отторжение у публики. В начале 1990-х гг. белорусские авторы искали такую «формулу» новой популярной песни, которая привлекла бы внимание большей части слушателей. Необходимо было освоить «мировой формат» эстрадной песни, адаптировать его под

белорусского слушателя и на этой основе выпустить «новую» отечественную песню – песню с хорошим поэтическим текстом, отсылками к белорусской народной музыке, с простой и хорошо воспринимающейся фактурой и ритмом, которые дополняли бы напевные и запоминающиеся мелодии.

По словам О. Елисеенкова, для белорусского слушателя важно четко и разборчиво слышать слова в песне, понимать содержание и смысловой посыл вокального произведения, благодаря чему ясная и точная вокальная партия занимает главенствующую роль в композиции. Это – отличительная черта белорусской музыки и музыки соседних стран, которую также необходимо было осознать и композиторам, и продюсерам. В 1990-е гг. формировался и развивался именно такой вид белорусской эстрадной песни, существующий по настоящее время (из личной беседы).

Вскоре в стране начали появляться первые частные радиостанции, а вместе с ними и студии звукозаписи. По сравнению с государственными, эти новые студии были более доступными начинающим артистам и любителям. Молодые радиостанции давали шанс новым талантливым артистам, предоставляя тем самым еще больше возможностей для продюсирования музыки. «Артистам песни оплачивало само радио, так как оно существовало и существует за счет трансляций в эфире. Например, записали и выпустили песню; если проект выстрелит – будет создан новый коммерческий эстрадный коллектив для сценического выступления» (О. Елисеенков, из личной беседы).

Центрами деятельности продюсеров являлись не только студии звукозаписи при радиостанциях, но и студии лейблов, первые из которых также появились в начале 1990-х гг. Лейблы – это компании,

занимающиеся записью, выпуском и продвижением музыки. В то время главной особенностью лейбла, отличавшей его от любых других студий звукозаписи, являлась возможность выпуска музыки на актуальных носителях. Это был основной способ дистрибьюции (распространения, продвижения) музыки для независимых артистов. Безусловно, в таких компаниях должны были работать свои, штатные продюсеры, которые контролировали работу на студии и гарантировали качественный результат. Они помогали в реализации идей артистов и коллективов, приходивших на лейбл для записи и выпуска, или обслуживали запросы другого продюсера, обратившегося на лейбл. Одними из первых белорусских лейблов, выпускавших записи на пластинках, кассетах и дисках, были «Ковчег» (1991) и «Вигма» (1993).

Спустя некоторое время, с популяризацией и безусловной победой на рынке дистрибьюции стриминговых сервисов, которые распространяют музыку посредством интернет-площадок (VK Музыка, iTunes, Spotify), лейблов стало больше, так как для выпуска музыки больше не надо было иметь никаких производственных мощностей для создания пластинок или дисков. Кроме того, с каждым годом частных студий звукозаписи в республике становилось все больше, и многие из них предлагали свои услуги артистам для дистрибьюции.

Еще одной престижной вакансией для продюсера является работа в продюсерском центре. Продюсерские центры создаются, как правило, на базе хорошо развитой студии, которая готова заняться развитием и продвижением артиста, иногда даже с нуля. В таком случае продюсер занимается полной подготовкой артиста, его имиджем и репертуаром. Карьера многих популярных артистов построена именно таким образом – благодаря талантливому продюсированию, как, например, И. Дорофеевой или А. Солодухи. В настоящее время одним из наиболее

известных и успешных белорусских продюсерских центров является «Спамаш», также можно отметить «Первую продюсерскую компанию».

Среди известных белорусских продюсеров следует упомянуть Евгения Олейника («Аура»), Валерия Шмата («Беларусы»), Сергея Минского («Первая продюсерская компания»), Анатолия Ермоленко («Алеся»), Светлану Стаценко (Национальный центр музыкального искусства им. В. Г. Мулявина, Ксения Ситник).

Сегодня продюсер является важнейшим участником процесса создания и выпуска коммерческой музыки, иногда занимая даже более значимое место, чем сам продюсируемый артист. В Республике Беларусь продюсирование развивалось уникальным путем, обусловленным экономическими и политическими особенностями 1990-х и 2000-х гг. В настоящее время в Республике Беларусь существует развитая сфера коммерческого музыкального продакшена, в которой задействовано множество талантливых продюсеров и артистов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Музыкальный продюсер : материал из Википедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Музыкальный_продюсер. – Дата доступа: 14.03.2024.

2. Белтелерадиокомпания : материал из Википедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Белтелерадиокомпания>. – Дата доступа: 15.03.2024.

3. Ice, Anatoly. Кто такой музыкальный продюсер? : видеохостинг Youtube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=jmA5O60U8MI>. – Дата доступа: 19.03.2024.

Вашкевич Е. В., студент 214Т группы
дневной формы обучения
Научный руководитель – Котович О. В.,
кандидат культурологии, доцент

МИФОПОЭТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОХОРОННО-ПОМИНАЛЬНОГО ОБРЯДА БЕЛОРУСОВ

В современном мире принято считать, что мифы и мифология – это сказки былых, очень далеких времен. Кто сейчас будет серьезно воспринимать образ белорусского Зюзи или жительниц омутов – русалок. Но оказывается, что мифы – этот только результат определенного образа мышления для определенного временного этапа жизни людей, и которое принято называть мифологическим. И оно с нами до сих пор, не смотря на все открытия ученых и на современный уклад нашей жизни.

Итак, что же такое мифология и миф? Мифология – представление людей о мире на раннем этапе развития. Миф (греч. *сказание, предание, слово*) – символическое повествование, служащее для его носителя объяснением реальности, окружающей среды, обычно не имеет конкретного авторства, связан с традициями и историей определенного народа, а также религиозными верованиями. Как и в различных