Гориу Артем Олегович

3 курс, ДРСО22о1, кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

[gorart574@gmail.com](mailto:gorart574@gmail.com), 89270112123

Научный руководитель: д.и.н., доцент Алексушин Глеб Владимирович

ФГАОУ ВО Самарский государственный экономический университет

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ПРОДЮСИРОВАНИЯ**

**Аннотация.** Данная научная статья направлена на обзор актуальных тенденций в идустрии современного музыкального продюсирования. Цель работы - понять сущность профессии музыкального продюсера, определить его основные функции и задачи, а также составить характеристику особенностей работы продюсера в музыкальной сфере 21 века. Произведён анализ различных аспектов, целью которых является выявления роли музыкального продюсера в динамике и развитие музыкальной индустрии в нашем столетии.

**Ключевые слова:** музыкальное искусство, музыкальный продюсер, музыкальная индустрия, саунд-продюсер, музыкальный продукт, актуальные тенденции.

Эволюция в индустрии музыки является многоэтапным процессом, конечным звеном которого является создание песни, музыкального альбома или сингла (публикация, обычно содержащую в себе запись одной или нескольких музыкальных композиций). Выпуск песен, альбомов и синглов имеет направленность на широкие массы потребителей и нацелен на коммерческий успех. Разработкой проектов занимается ряд специалистов находящихся под руководством продюсера. Основная задача данной статьи – предоставить обзор новейших тенденций в области продюсирования современного музыкального шоу-бизнеса.

В последние годы музыкальная сфера подвержена значительным изменениям, которые связаны с развитием Интернета, цифровых технологий и распространением стриминговых площадок. Эти факторы сыграли основную роль в изменениях методов изготовления, распространения и прослушивании музыкальных продуктов, поэтому технологии активно применяемые в 20 веке утратили свою эффективность. Сейчас продюсеры не только координируют творческий процесс, но и стремительно внедряют инновационные способы звукозаписи, использования компьютерных технологий, нейросетей и аналитики данных, целью которой является понимание запросов широкой аудитории.

Музыкальный рынок по своей структуре имеет множество схожестей с другими рынками, поэтому имеет значение междисциплинарный подход, когда продюсер работает в связке с маркетологами, рекламщиками, IT-специалистами, визуальными художниками для создания такого продукта, который будет иметь успех на музыкальном рынке. В таком контексте изучение новейших тенденций продюсирования приобретает особую актуальность и даёт более детально разобрать механизмы развития индустрии.

Обзор исследовательской базы показывает, что новые веяния в области музыкального продюсирования стали предметом внимания ведущих ученых, таких как В.В. Шулин [4], Г.И. Гармиза [1], А.С. Попов [3], В.Ю. Гацук-Шерпилова [2] и др.

В исторической ретроспективе взгляды на музыку и профессиональные обязанности продюсера неоднократно менялись. Музыка прошла через глубокие и многогранные преобразования – от своей первоначальной роли в сакральных и ритуальных практиках, до становления важной частью индустрии развлечений и массовой культуры. В соответствии с этим трансформировались и функции музыкального продюсинга. Продюсер сегодня обладает гораздо более широким спектром полномочий и ответственности по сравнению с ранними этапами развития профессии. Одним из пионеров профессии считается полковник Томас Паркер – продюсер Элвиса Пресли, в его обязанности входили только организация концертов, туров, подписания контрактов и продвижение артиста. На данном примере становится понятно, что современные продюсеры имеют более широкий круг обязанностей и возможностей.

Как отмечает Г.И. Гармиза [1], исторический опыт демонстрирует постоянное обновление технологий звукозаписи и художественных подходов, что существенно влияет на все стадии творческого процесса – от создания и исполнения музыкальных композиций до их восприятия слушателями. В условиях активного технологического прогресса значительно расширяются возможности саунд-продюсера, или продюсера, выступающего ключевой фигурой в формировании уникального звукового образа композиций.

В современном музыкальном ландшафте продюсер представляет собой высококвалифицированного специалиста, который отвечает за комплексное управление процессом создания и продвижения музыкальных проектов. Его задача – обеспечить не только художественное качество готового продукта, но и его коммерческую успешность на рынке. Для этого продюсер тесно взаимодействует с артистами, звукорежиссёрами, менеджерами и другими экспертами индустрии, координируя совместную работу и поддерживая творческое взаимодействие. В основные обязанности музыкального продюсера входят: подбор и организация работы с профессиональными музыкантами и техническими специалистами, разработка и аранжировка композиций, формирование исходной концепции музыкального продукта, учитывая актуальные тренды и целевую аудиторию, создание цельной концепции альбомов, синглов и отдельных треков, обеспечивая их внутреннюю целостность и оригинальность.

Кроме того, современные продюсеры всё чаще используют цифровые технологии, аналитические инструменты и маркетинговые стратегии для более эффективного продвижения музыки, в условиях быстро меняющегося медиапространства, что делает их роль неотъемлемой частью успешного функционирования музыкальной индустрии.

Одной из основных задач продюсера является имиджмейкинг исполнителей, о важности которого говорили Г.В. Алексушин и Ц.А. Вороная [3]. Создание позитивного имиджа вокруг артиста делает его личность общественно-привлекательной и социально-востребованной, что эффективно влияет на продвижение бренда исполнителя. Продюсер не только работает с готовым музыкальным составом или исполнителем, зачастую он сам придумывает концепцию, собирает состав группы, находит исполнителей, пишет песни, а от исполнителей требуется только следовать готовому имиджу и исполнять песни.

Важные компетенции современного продюсера также включают:

- запись музыкальных партий в студии,

- разработка уникального звучания (саунд-дизайн),

- обработка записей путем сведения и мастеринга,

- обеспечение контроля качества записанного материала.

Термин «саунд-продюсирование» стал популярным в последние годы и отражает более узкую специализацию внутри профессиональной деятельности продюсера. Отметим распространённую ошибку, встречающуюся в странах СНГ, где профессию музыкального продюсера ошибочно смешивают с деятельностью музыкального менеджера. Менеджер занимается организацией гастрольных туров, взаимодействием с рекорд-лейблами, заключением контрактов и продвижением артиста, тогда как саунд-продюсер сосредоточен исключительно на вопросах производства качественного музыкального продукта.

Современные тенденции требуют от музыкальной индустрии постоянного следования актуальным направлениям и разработки новых востребованных предложений. Несмотря на насыщенность рынка массовой культурой, вкусы слушателей быстро меняются, поэтому задача продюсера –

оперативно адаптироваться к новым трендам и создавать оригинальные музыкальные композиции. Для этого необходим высокий уровень профессионализма, развитое творческое мышление и так называемое «продюсерское чутьё» - способность предвидеть популярность определенных художественных решений.

Основной целью музыкального продюсера является заработок денег, поэтому важно выбрать проект имеющий шансы на успех, который максимально окупит затраты на создание проекта.

Подтверждением важности компетентных продюсеров служит мнение А.С. Попова [8], утверждающего, что экономические реалии обусловливают потребность в профессиональных деятелях, обладающих способностью эффективно управлять созданием культурных проектов различного уровня.

**Выводы.** Хотя современный саунд-продюсер руководствуется определенными правилами и трендами, его творческий потенциал практически ничем не ограничивается. Этому способствуют несколько факторов. Прежде всего, отсутствует строгая привязанность к каким-то жанровым рамкам: композитор вправе свободно сочетать различные стилистические элементы, формируя оригинальное произведение. Часто именно роль продюсера определяет музыкальный стиль, в котором работает исполнитель. Более того, профессионалы в области музыкального продюсирования обладают значительным влиянием на развитие музыкальной индустрии, что даёт им возможность запускать и продвигать собственные творческие идеи. В связи с этим можно сделать вывод, что музыкальное продюсирование находится в процессе активного и старательного развития. Вероятно, в будущем значение продюсера станет ещё более важным, а его обязанности более разносторонними и расширенными.

Хотя эта тема ещё недостаточно подробно исследована в научной среде, существующие работы позволяют сформировать обоснованное представление о значимости продюсирования в современной музыкальной индустрии.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. **Алексушин, Г. В.** Особенности репутации гостиничных предприятий / Г. В. Алексушин, Ц. А. Вороная // Молодой ученый. - 2023. - № 21 (468). - С. 188-189.

2. **Гармиза, Г. И.** К вопросу о формировании саунд-продюсирования / Г. И. Гармиза // Вестник ЧГАКИ. - 2011. № 2 (26). С. 91-93.

3. **Гацук-Шерпилова, В. Ю.** Исторические аспекты развития продюсирования в России / В. Ю. Гацук-Шерпилова // Концепт. -2016. № S14. С. 1-4.

4. **Касангалиева, А. С.** Имиджмейкинг средств размещения как фактор развития спроса / А. С. Касангалиева, Г. В. Алексушин. // Молодежный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: сборник статей по материалам 5-й студенческой научно-практической конференции с международным участием. - 2020. - С. 121-124.

5. **Кудряшов, В. С.** Управление репутацией организации: теоретические и прикладные аспекты / В. С. Кудряшов. // Стратегия бизнеса. - 2018. - С. 20-29.

6. **Мещеряков, И. И.** Продюсирование в музыкальной индустрии: тенденции XXI века / И. И. Мещеряков // Молодой ученый. - 2022. - № 47 (442). - С. 452-454.

7. **Попов, А. С.** Социокультурные особенности развития продюсирования/ А. С. Попов. // Учёные записки (АГАКИ). - 2018. № 2 (16).

8. **Шулин, В. В.** Музыкально-эстрадное дело в России: от антрепренера к продюсеру / В. В Шулин // Вестник СПбГИК. - 2012. № 1. С. 149-155.