

УДК 7.075:78

DOI: 10.31866/2617-2674.2.2018.151805

**Валерій Папченко,**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1249-5499>

доцент, доцент кафедри кіно-, телемистецтва,

Київський національний університет

культури і мистецтв,

заслужений працівник культури України,

Київ, Україна

e-mail: [soundmagic@ukr.net](mailto:soundmagic@ukr.net)

## РОБОТА МУЗИЧНОГО ПРОДЮСЕРА З УЧАСНИКАМИ ТВОРЧОГО ПРОЕКТУ

**Мета дослідження** полягає у виявленні закономірностей і узагальненню роботи музичного продюсера у студії звукозапису. У дослідженні проведено аналіз основних напрямків роботи продюсера та здійснена спроба виокремлення основних напрямків його професійної діяльності згідно із опрацьованим масивом теоретичних джерел. **Методологія дослідження** передбачає звернення до загальнонаукового підходу; також застосовано компаративний та історико-логічний методи. **Новизна дослідження** полягає у спробі дослідити та узагальнити базові принципи музичного продюсування у контексті студійної практики. **Висновки.** Музичний продюсер – керівник (творчий, організаторський, фінансовий) процесу створення аудіовізуального твору і його представлення громадськості. Продюсуванню підлягають будь-які види аудіовізуальних творів, які далі на комерційній основі можуть *тиражуватися* на матеріальних носіях (кінофільми, фонограми, відео кліпи), *відтворюватися* (тобто повторно здійснюватися; наприклад, концерти, театральні вистави, антрепризи, перфоманси) та *розповсюджуватися* серед споживачів іншими шляхами (радіо, телебачення, інтернет-мережі). Музичний продюсер — керівник процесу у галузі звукозапису, саме він формує смаки майбутнього споживача аудіо-продукції, тому дослідження діяльності таких фахівців ми вбачаємо нагальною потребою українського мистецтвознавства.

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

*Валерій Папченко, доцент, доцент кафедри кіно-, телеіскусства, Київський національний університет культури і искусств, заслуженний работник культури України, Киев, Украина*

### **Работа музыкального продюсера с участниками творческого проекта**

**Цель исследования** заключается в выявлении закономерностей и обобщению работы музыкального продюсера в студии звукозаписи. В исследовании проведен анализ основных направлений работы продюсера и осуществлена попытка выделить основные направления его профессиональной деятельности по обработанному массивам теоретических источников. **Методология исследования** предполагает обращение к общенаучному подходу; также применены компаративный и историко-логический методы. **Новизна исследования** заключается в попытке исследовать и обобщить основные принципы музыкального продюсирования в контексте студийной практики. **Выводы.** Музыкальный продюсер – руководитель (творческий, организаторский, финансовый) процесса создания аудиовизуального произведения и его представления общественности. Продюсированию подлежат любые виды аудиовизуальных произведений, которые на коммерческой основе могут *тиражироваться* на

матеріальних носителях (кінофільми, фонограмми, відео кліпи), *воспроизводится* (повторяться, наприклад, концерти, театральні представлення, антрепризи, перфоманси) и *распространяется* среди потребителей іншими методами (радіо, телебачення, інтернет-сети). Музикальний продюсер – керівник процесу в області звукозапису, саме він формує смаки майбутнього споживача аудіо-продукції, тому дослідження діяльності таких фахівців ми бачимо нагальною необхідністю українського мистецтвознавства.

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

*Valerii Papchenko, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Cinema and Television Arts, Kyiv National University of Culture and Arts, Honored Culture Worker of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

### **The work of the music producer with the participants of the creative project**

**The purpose of the study** is to identify patterns and generalize the work of a music producer in a recording studio. The study analyzed the main areas of work of the producer and attempted to identify the main directions of his professional activity on the processed arrays of theoretical sources. **The research methodology** involves an approach to a general scientific approach; comparative and historical-logical methods are also used. **Scientific novelty** of the research lies in the attempt to examine and summarize the basic principles of music production in the context of studio practice. **Conclusions.** Music producer – head (creative, organizational, financial) process of creating an audiovisual work and its presentation to the public. All types of audiovisual works are to be produced, then they can be *replicated* on a commercial basis on tangible media (movies, phonograms, video clips), *reproduced* (repeated, for example, concerts, theatrical performances, entertainments, performances) and *distributed* to consumers in other ways (radio, television, Internet networks). The musical producer is the head of the process in the field of sound recording, he forms the tastes of the future consumer of audio products, therefore we see the research of the activities of such specialists as an urgent need for Ukrainian art history.

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

**Вступ.** Суспільство постійно збагачує інформаційні ресурси як найважливіший чинник соціальних, політичних, культурних та мистецьких перетворень, які є фундаментальною складовою частиною процесів становлення незалежної України. Саме тому сьогодні у наукових дослідженнях нагально піднімаються питання культури, мови і музичного спадку українців. Визначивши важливість культури в житті суспільства, законодавство України надає важливе значення науковим розробкам у цій сфері. В світі зазначених чинників постає актуальним звернення науковців до мистецтвознавчих досліджень теорії і методики культури. Саме з цієї причини актуальними є наукові розвідки сучасних форм творчої взаємодії суб'єктів у сфері культури, зокрема такого мало дослідженого явища для нашої країни, як феномен музичного продюсування в індустрії звукозапису. Дана стаття присвячена аналізу шляхів трансформації у професію музичного продюсера, функцій продюсера і особливостей його роботи у студії звукозапису.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останні роки з'явилась невелика кількість публікацій, присвячених роботі музичного продюсера, або продюсера звукозапису (recording producer), що є більш вузькою визначеністю

даного терміну і застосовується до музичного продюсера, який працює на теренах звукозапису. Професію музичного продюсера досліджували такі автори як Ольга Чорномис, Світлана Корнеєва, Володимир Осинський, М. Воротной, В. Бабков. У вітчизняному мистецтвознавстві дана тема висвітлена недостатньо, а серед англомовних джерел можна зустріти монографії науково-популярного характеру (Massey, 2000; Moorefield, 2005).

О. Чорномис підкреслює, що шлях у професію продюсера лежить через професію музиканта, перш за все формування у нього відчуття перспективності опрацьованого музичного матеріалу (2002, с.12). С. Корнеєва зауважує у своїй роботі (2004), що музичний продюсер – професія синтетична, яка формується з декількох галузей знань і формування відповідних практичних навичок. Також у книзі «Музичний менеджмент» С. Корнеєва (2006) аналізує багатогранні якості музичного продюсера: музикант, звукорежисер, психолог, спеціаліст з іміджології, маркетингу та адміністрування. В. Осинський вважає, що більш слушним для такого фахівця є термін «саунд-продюсер», бо саме він відповідає за кінцеве звучання музичного твору у студії звукозапису (1998, с.23). М. Воротной (2013) розглядає музичного продюсера як безперечного лідера творчого проекту створення фонограм (музичного альбому, звукового супроводу фільму, театральної вистави тощо).

**Постановка проблеми.** Аналіз літературних джерел показав, що мало дослідженою і визначеною є мотивація творчо-орієнтованої діяльності музичного продюсера, а саме шляхи становлення і витоки професії.

Поставлена проблема потребує виконання наступних завдань:

- аналізу базових дефініцій музичного продюсування;
- характеристики споріднених професій – музиканта, звукорежисера, виконавчого продюсера, вільного продюсера;
- виявлення особливостей роботи музичного продюсера у студії звукозапису.

**Мета дослідження** полягає у виявленні закономірностей і узагальненню роботи музичного продюсера у студії звукозапису.

**Виклад основного матеріалу.** Розглянемо узагальнене тлумачення фаху продюсера. Продюсер – це фізична або юридична особа, яка приймає участь у створенні (продукуванні) творчого акту, який далі може тиражуватися або багаторазово відтворюватися на сцені або в публічних мережах розповсюдження інформації. Продюсер сам може генерувати ідею проекту або розвивати чийсь запозичену. Продюсер уважно відслідковує розвиток проекту і бере на себе головну участь і відповідальність у вирішенні будь-яких творчих і організаційних питань на всіх етапах розвитку проекту («проектом» може бути фонограма, музичний альбом, фільм, саундтрек до фільму, театральна вистава, перфоманс, естрадне шоу, ТБ- або радіопередача, та ін.). Продюсер несе відповідальність за можливі наслідки (творчі, фінансові, моральні, етичні) творчого проекту, який їм продюсується, і має право на винагороду, обговорену попередньою угодою зі сторонами творчого акту – артистами-виконавцями, компанією звукозапису тощо. Продюсер має право одержувати разові гонорари та відсотки від тиражованих копій продюсованих їм фонограм, аудіоальбомів, кінофільмів, телепередач тощо.

Сьогодні для визначення фаху продюсера, який працює зі звуковими технологіями, використовується декілька споріднених термінів. Це: а) «аудіо-продюсер» (від давньогрецького «аудіо» – звук), б) «саунд продюсер» (від англ. Sound – звук), в) «музичний продюсер» (фахівець, який працює з *музичними* проектами – з концертною діяльністю і звукозаписом).

Дана публікація відноситься до циклу статей автора, де розглянуто стадії продюсування запису в студії – від зародження первісної музичної ідеї, опрацювання її з виконавцями, втілення в реальну фонограму, видання її на матеріальних аудіо-носіях, і до фінансових питань роботи продюсера.

Для початку варто розглянути основні типи спеціалізації продюсерів у музичному бізнесі.

Щоб стати успішним музичним продюсером, треба пройти усі шаблі музичної кар'єри. Шлях опанування цього надскладного фаху пролягає через кар'єру музиканта, звукорежисера, менеджера виконавчого директора артиста. І тут очевидно є сентенція: кар'єра продюсера вимагає максимальної творчої концентрації на предметі продюсування. Сьогодні доводиться зустрічати молодих фахівців, які пройшли лише попереднє стажування в студії звукозапису і які мріють потрапити в музичну індустрію звукозапису на будь-яких умовах. На питання, що є їхньою кінцевою метою, у більшості випадків надходить відповідь: стати музичним продюсером, або як мінімум – студійним звукорежисером.

Відбір у професію продюсера жорсткий, можна сказати – жорстокий. З кожної сотні претендентів на посаду музичного продюсера, окрім первісної мотивації, лише один кандидат матиме неопрацьований, «сирий» потенціал. З сотні таких претендентів лише в одного є усвідомлене розуміння всіх складнощів цієї роботи, тобто первісна установка. І лише один з багатьох сотень претендентів одного разу отримає сприятливу можливість на практиці проявити себе у якості музичного продюсера. Але чи буде вона успішною?

Лише мізерна частина з тих, хто мріє про кар'єру музичного продюсера і тих, хто отримав «кредит довіри» від артиста чи компанії звукозапису, згодом здолає кар'єру продюсера у своїй країні (а є ще й міжнародні проекти). Очевидним також є і те, що жодній країні світу не потрібно стільки музичних продюсерів і студійних звукорежисерів, як фахівців з інших спеціальностей. Виключенням мабуть є лише Велика Британія і США: у цих країнах число продюсерів на душу населення – традиційно найвище на планеті. Так чому ж при всіх цих «обтяжуючих обставинах» кар'єра музичного продюсера залишається такою привабливою, магнетичною і жаданою для багатьох?

Насамперед варто відзначити, що більшість кандидатів, які мріють про кар'єру музичного продюсера, не уявляють собі як багато перешкод і «підводних каменів» містить в собі ця робота. Необізнаних приваблює чарівність музичної індустрії, можливість близького спілкування з зірками і, зрештою, гарні заробітки наприкінці вдалого проекту. Це – *три головних міфи* індустрії шоу-бізнесу, до якого відноситься музичне продюсування і звукозапис. Аби досягти успіху, початківець мусить остерігатися кожного з них.

Магічність шоу-бізнесу і, зокрема, привабливість роботи в студії звукозапису, багато в чому зобов'язана масовій рекламній підтримці, спрямованій перш за все для просування аудіо-продукції для публіки. Але для тих хто працює в цій індустрії, це лише повсякденна робота яка приносить не тільки творче задоволення і радість, і ніяк не є чарівною. Ідея зайнятись продюсуванням «зіркової» пісні лише на перший погляд є привабливою. Попрацювавши поруч із зірками, початківець, який мріє стати продюсером зрозуміє, що зірки в своєму загалі – звичайні люди зі своїми перевагами і недоліками. Автору довелося довгий час працювати у якості звукорежисера з топовими артистами української естради: більшість зірок – люди талановиті, але часто вони мають неординарний характер і світогляд. Але в усьому іншому вони – цілком звичайні люди.

Інший міф шоу-бізнесу, який стосується фінансової успішності музичного продюсування. Вкладати власну працю (а іноді і гроші) у випуск чергового аудіо альбому – справа з фінансової точки зору досить ризикована, зробити так, щоби пісня мала комерційний успіх – вища якість професії музичного продюсера. Можна констатувати, що є безліч менш ризикованих шляхів більш успішнішого заробітку, ніж робота в індустрії звукозапису. Прибуток тут дуже нерегулярний, тому навіть якщо продюсер входить у десятку кращих фахівців у своїй країні, це зовсім не означає, що тільки продюсуванням зможе заробляти собі на життя.

Професія музичного продюсера (саундпродюсера, рекордінг-продюсера – продюсера звукозапису) є синтетичною і потребує фундаментальних знань з багатьох різнопланових фахових галузей – музики, звукотехніки, психології, менеджменту, «піару», фінансів. Вищі навчальні заклади України не готують фахівців з музичного продюсування (і продюсування взагалі), тому в цей фах самотужки приходять люди, які отримали освіту в суміжних галузях.

Виникла потреба у фаховій підготовці таких продюсерів. З цієї причини варто проаналізувати шляхи приходу у професію продюсера різних фахівців, які працюють у музичній індустрії і індустрії звукозапису. За нашими спостереженнями музичними продюсерами стають фахівці, які раніше опанували фах музиканта, звукорежисера або директора/виконавчого продюсера артиста.

Ще один з численних міфів індустрії звукозапису полягає у тому що музичний продюсер повинен геніально розбиратися у складному студійному обладнанні. Це абсолютно не відповідає дійсності, тому що електронна апаратура – лише один із засобів досягнення успішного кінцевого результату, створенню пісні-«хіта». Якщо ви як продюсер, можете реалізувати свою музичну мету, маючи лише початкові технічні знання, але чітко уявляєте собі, як повинна звучати пісня, то навіщо вам треба бути обізнаним в усіх деталях студійного обладнання? Безлічі складних приладів – ревербераторів, компресорів і еквайзерів студії звукозапису? Для роботи з ними існує професія звукорежисера, а завдання музичного продюсера – сконцентруватися на музичному матеріалі і створити фонограму, яка підкорить серця шанувальників.

Один з найважливіших етапів роботи продюсера в студії над фонограмою – це етап мікшування (зведення) фінального звучання, і важливу роль тут відіграє студійний звукорежисер, який є повноправним учасником проекту і допомагає продюсеру у його роботі. Одна з непростих ситуацій для звукорежисера – коли на початку проекту музичний продюсер приносить в студію демонстраційний запис і каже: «Я хочу щоб мій артист звучав як тут, і ще краще». Звичайно, ситуація не однозначна, але «звукові знахідки» музикантів і співаків, які винайдені у домашній студії, далі можуть бути розвинені у професійній студії. Саме тому на етапі мікшування досвідчені продюсери пропонують студійному звукорежисерові самостійно зробити попереднє мікшування фонограм, що є правильним і продуктивним з точки зору отримання цікавого нестандартного звучання.

Існує думка, що якщо продюсер отримує платню за продюсування фонограм, то він повинен постійно проводити час в студії, безперервно контролювати звукорежисера і слідкувати за його діями. У професіоналів це не так: між ними присутня велика міра довіри. Як це не звучить парадоксально, але присутність продюсера в студії на ранніх етапах мікшування буде тільки перешкодою одержання блискучого результату. Доведення фонограми до досконалості ми порівнюємо з роботою скульптора: спочатку він з учнями грубо обтесує брилу мармуру, потім проявляються головні контури, потім деталі, і нарешті майстер полірує шедевр до блиску.

З власного досвіду автора, мікшування варто розбивати на три етапи – а) так званий «технічно-монтажний», на якому відбувається коригування проблем у первісному звучанні, б) «полірувальний» – створення балансу (гучність, тембр), і в) «фінальний» – додавання просторових ефектів і втілення остаточної концепції звучання.

Поширений метод, за яким досвідчені компанії звукозапису обирають музичного продюсера для опрацювання альбому обраного компанією артиста, полягає в наступному. Перш за все з'ясовується, хто з фахівців-продюсерів на даний момент має успішні роботи у даному музичному стилі. Далі компанія звукозапису пропонує кожному з обраних продюсерів зробити пробний запис і зміксувати *одну*, зазвичай ключову пісню майбутнього альбому артиста *без будь-яких* рекомендацій і втручання з боку керівництва компанії звукозапису. А саме, зробити фонограму саме так, як продюсер вважає за потрібне і так, як він відчуває дану пісню. Далі, менеджери компанії, прослухавши у «сліпому тестуванні» фонограми кандидатів, анонімно обирають найбільш «енергетично заряджений» варіант. З продюсером, який зробив цей мікс, складається контракт на продюсування усього альбому артиста.

Часто професію музичного продюсера вважають найбільш ризикованою професією у світі. Продюсер вкладає свої знання, талант, репутацію в щось міфічне – в буквальному значенні у «звукову хвилю» (фонограму), після випуску якої на аудіо носіях публіка може або активно купувати пісню, або холодно проігнорувати титанічні зусилля продюсера, що іноді рівносильно його «творчій смерті». Але продюсеру у цьому випадку не варто впадати у розпач – історія знає безліч прикладів «творчого одужання».

**Висновки.** Музичний продюсер – керівник (творчий, організаторський, фінансовий) процесу створення аудіовізуального твору і його подальшого представлення громадськості. Продюсуванню підлягають будь-які види аудіовізуальних творів, які далі на комерційній основі можуть *тиражуватися* на матеріальних носіях (кінофільми, фонограми, відео кліпи), *відтворюватися* (тобто повторно здійснюватися; наприклад, концерти, театральні вистави, антрепризи, перфоманси) та *розповсюджуватися* серед споживачів іншими шляхами (радіо, телебачення, інтернет-мережі). Музичний продюсер – керівник процесу у галузі звукозапису, саме він формує смаки майбутнього споживача аудіо-продукції, тому дослідження діяльності таких фахівців ми вбачаємо нагальною потребою українського мистецтвознавства.

### Список посилань

- Воротной, М., 2013. *Менеджмент музыкального искусства*. Москва: Планета музыки.  
Корнеева, С., 2004. *Как зажигают «звезды». Технологии музыкального продюсирования*. Санкт Петербург: Питер.  
Корнеева, С., 2006. *Музыкальный менеджмент*. Москва: Юнити-Дана.  
Осинский, В., 1998. *Продюсер на студии*. Москва: Звукорежиссер.  
Черномыс, О., 2002. *Профессия продюсер*. Москва: Обучение в России.  
Massey, H., 2000. *Behind the Glass: Top Record Producers Tell How They Craft the Hits*. San Francisco: Miller Freeman Books.  
Moorefield, V., 2005. *The Producer as Composer: Shaping the Sounds of Popular Music*. Cambridge: MIT Press.

### References

- Vorotnoy, M., 2013. *Menedzhment muzykalnoho yskusstva* [Music Art Management]. Moscow: Planeta muzyki.  
Korneeva, S., 2004. *Kak zazhyhaiut «zvezdy». Tekhnolohyy muzykalnoho prodiusyrovanyia*. [How to light the «stars». Technology of musical production]. Sankt Peterburg: Piter.  
Korneeva, S., 2006. *Muzykalnyi menedzhment* [Music Management]. Moscow: Yuniti-Dana.  
Osinskiy, V., 1998. *Muzykalnyi menedzhment* [Producer at the recording studio]. Moscow: Zvukoregisser.  
Chernomyis, O., 2002. *Professyia prodiuser* [Profession «producer»]. Moscow: Obuchenie v Rossii.  
Massey, H., 2000. *Behind the Glass: Top Record Producers Tell How They Craft the Hits*. San Francisco: Miller Freeman Books.  
Moorefield, V., 2005. *The Producer as Composer: Shaping the Sounds of Popular Music*. Cambridge: MIT Press.

© Папченко В., 2018

Стаття надійшла до редакції 24.07.2018