

УДК 791.6

Романчишин Василь Григорович,
кандидат культурології,
професор кафедри сценічного
та аудіовізуального мистецтва
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв
romvag@meta.ua

КОНЦЕРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА: ДО ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Мета роботи: виявити соціально-культурну сутність і функції концертної діяльності, окреслити особливості її організації. **Методологічною базою** є загальнонаукові методи аналізу: історизм, систематизація, узагальнення досліджуваної проблеми. **Наукова новизна** полягає в узагальненні та систематизації теоретичних матеріалів, що стосуються сучасних тенденцій в організації концертної діяльності як соціокультурної практики. Запропоновано шляхи оптимізації концертної діяльності в сучасних умовах, що і визначає актуальність теми дослідження. **Висновки.** Задля оптимізації концертної діяльності в сучасних умовах необхідні: підтримка створення високохудожнього продукту в сфері концертної діяльності, розширення репертуарної пропозиції, розвиток нових форм художньої виразності, творчої діяльності авторів і виконавців; формування і розвиток суспільних потреб в мистецтві різних жанрів, зокрема і в академічному мистецтві, розширення аудиторії концертів за рахунок різних верств, категорій і груп населення; формування ефективного менеджменту в галузі концертної діяльності; інтеграція України в світовий «концертний» ринок, використання її творчого потенціалу для зміцнення позитивного образу країни на міжнародному рівні.

Ключові слова: концерт, арт-менеджмент, історія концертної діяльності, організація концертної діяльності.

Романчишин Василий Григорьевич, кандидат культурологии, профессор кафедры сценического и аудиовизуального искусства Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Концертная деятельность как социокультурная практика: к проблеме организации

Цель работы: выявить социально-культурную сущность и функции концертной деятельности, определить особенности ее организации. **Методологической базой** исследования являются общенаучные методы анализа: историзм, систематизация, обобщение исследуемой проблемы. **Научная новизна** заключается в обобщении и систематизации теоретических материалов, касающихся современных тенденций в организации концертной деятельности как социокультурной практики. Предложены пути оптимизации концертной деятельности в современных условиях, что и определяет актуальность темы исследования. **Выводы.** Для оптимизации концертной деятельности в современных условиях необходимы: поддержка создания высокохудожественного продукта в сфере концертной деятельности, расширение репертуарного предложения, развитие новых форм художественной выразительности, творческой деятельности авторов и исполнителей; формирование и развитие общественных потребностей в искусстве разных жанров, в том числе и в академическом искусстве, расширение аудитории концертов за счет различных слоев, категорий и групп населения; формирование эффективного менеджмента в области концертной деятельности; интеграция Украины в

мировое «концертный» рынок, использование ее творческого потенциала для укрепления положительного образа страны на международном уровне.

Ключевые слова: концерт, арт-менеджмент, история концертной деятельности, организация концертной деятельности.

Romanchyshyn Vasyl, Candidate of Culturology, Professor of the Stage and Audiovisual Arts Department, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts

Concerts as a sociocultural practice: the problem of the organization

Purpose of the article is to reveal the socio-cultural essence and functions of concert activity, outline the peculiarities of its organization. **Methodology.** General scientific methods of analysis: historicism, systematization, the generalization of the problem under investigation. **Scientific novelty** of the research consists in generalization and systematization of theoretical materials concerning modern trends in the organization of concert activity as a sociocultural practice. The ways of optimization of concert activity in current conditions are proposed, which determines the relevance of the research topic. **Conclusions.** In order to optimize concert activity in modern terms, it is necessary to: support the creation of a highly artistic product in the field of concert activity, expansion of the repertoire proposal, development of new forms of artistic expression, creative activity of authors and performers; the formation and evolution of social needs in the art of various genres, including in academic art, expanding the audience of concerts at the expense of different layers, categories and groups of the population; formation of active management in the field of concert activity; integration of Ukraine into the world "concert" market, use of its creative potential for strengthening the positive image of the country on the international level.

Key words: concert, art management, concert activity history, the organization of concert activity.

Актуальність теми дослідження. Сучасна соціально-культурна сфера потребує фахівців нового формату, здатних дозволити назрілі проблеми в сфері культури, зокрема і в сфері організації концертної діяльності. Одна з функцій концертної діяльності - просвітницька. Окрім цього концертна діяльність є однією з найважливіших ланок у роботі керівника творчого колективу. Жанрове і кількісне різноманіття концерту, різноманітність концертної діяльності як такої, вимагає ретельної підготовки та організації, що, у свою чергу, потребує знання як історії, так і практики концертної діяльності. У роботі запропоновано шляхи оптимізації концертної діяльності в сучасних умовах, що і визначає актуальність теми дослідження.

Аналіз досліджень і публікацій. Суттєве значення для формування уявлень про просвітницьку природу концертної діяльності, про соціальні та психологічні аспекти музичної культури мають роботи Б. Асаф'єва, М. Вебера, А. Сохора, В. Назайкінського, Л. Шейко, Т. Куришевої, Ю. Холопова.

Соціально-психологічна складова концертної діяльності розглядається в працях Ю. Капустіна, Л. Неведомської та ін.

Аналізу жанрової різноманітності концертної діяльності присвячені праці таких теоретиків та практиків мистецтва, як Я. Бережанська, М. Грінберг, І. Зайцева, В. Конен, Т. Кудінова, Г. Нейгауз, М. Тараканов, А. Вайлдер, М. Еттінгер та ін.

Проблеми організації концертної діяльності представлені в роботах О. Белоцерковського, І. Боярської, О. Левко, В. Левко, Є. Морозової, М. Ржевської, Тавровської, М.О. Шалашова, Ю. Чекана, О. Хомової, А. Цукера, К. Шамаєвої, Н. Лебрехта, Д. Пассмана та ін.

Помітне місце з аналізу історії концертної діяльності належить праці Є. Дукова «Концерт в історії західноєвропейської культури».

Мета роботи: виявити соціально-культурну сутність і функції концертної діяльності, окреслити особливості її «режисури».

Об'єкт дослідження: концертна діяльність.

Предмет дослідження: проблеми організації концертної діяльності як соціокультурної практики.

Виклад основного матеріалу. Концерт, як відомо, - одна із сценічних форм існування мистецтва, захід, організований з метою публічного виконання концертної програми. Концертна діяльність забезпечує стабільні умови для творчості і для досягнення комплексу соціально-культурних цілей виконавського мистецтва. Слід зазначити, що видів концертної діяльності є декілька: естрадна, філармонійна, сольна, ансамблева. Концерт може мати вигляд безпосереднього акустичного контакту виконавців і аудиторії, а може і, так би мовити містифікувати його, що, наприклад, відбувається при виступі під фонограму. Концерт може бути аудіовізуальним, розрахованим одночасно на зорове і слухове сприйняття, і виключно аудіальним, адресованим лише слуху. Етимологічно термін «концерт» походить від латинського «concerto» - змагання, конкуренція, суперечка. Однак хронологічно більш пізні його версії змінюють його сенс на прямо протилежний - концерт пов'язується вже з уявленнями про «згоду» та «гармонію». Так, в англійській мові «consort» - позначення ансамблю інструментів, які грають разом, як і «concert» - згода, угода. У XVIII ст. виникає жанр сольного інструментального концерту, який «будується» на змаганні соліста та оркестру, що ніби відтворює первинні смисли терміна «концерт». Концерт-змагання як музичний жанр при цьому знаходить своє місце в концерті-згоді, як формі існування сценічного мистецтва. Отже, прихованих парадоксів в історії концертного мистецтва доволі багато.

Концерт, як відомо, форма «номерна» і внаслідок цього може охоплювати різні жанри, а мозаїка жанрів концертного мистецтва, як показує його історія, практично безмежна: виступи музикантів, читців або танцюристів різного творчого профілю тощо. Як слушно зауважує Є. Дуков в роботі «Концерт в історії західноєвропейської культури», концертні підмостки бачили сцени з вистав і цілі опери, виступи письменників, віртуозну роботу художників, циркових артистів, - все це ставало самостійним елементом концертних програм, а в деяких випадках складало їхню основу. Нарешті, концерт, що супроводжується лекціями або диспутами, виявився надзвичайно вдалим способом поширення знань про художню культуру, формування грамотної, підготовленої глядацької аудиторії. У кожному подібному випадку контури виду мистецтва, елементи предметної культурного середовища зберігали свою автономність, а не поглиналися цілим і не розчинялися в ньому.

Концертна діяльність має свою історію. Як відзначає Є. Дуков, існуючий історіографічний матеріал дозволяє стверджувати, що у витоків сучасних концертних форм стояли чотири типи організацій - аристократичні капели і

оркестри, різноманітні товариства музикантів-аматорів, музичні клуби і власне виконавські концертні товариства. До перелічених основних типів можна додати артистів і колективи, що працювали в соборах - традиція, що не зникла в Європі до нині. «Найпершими концертними підприємствами були середньовічні цехи міських музикантів, які самі стали першими будувати концертні зали. Важливим стимулом до розгортання платної концертної роботи була для них необхідність підтримувати вдів, сиріт і хворих музикантів, які отримували пенсію із загальної каси цеху. Уже в Новий час ці традиції набули розвитку в практиці частини загальнонаціональних концертних об'єднань, які спеціалізувалися на поповненні пенсійного та страхового фонду музикантів» [1, 152]. Як стверджує Є. Дуков, таким, наприклад, був «Новий музичний фонд», організований в Англії в 1786 році для підтримки вдів і хворих музикантів. Трохи пізніше з'явився «Хоральний фонд», що виконував ті ж функції, але тільки по відношенню до артистів хору. Утворене в 1771 році в Австрії «Товариство музикантів» незабаром отримало назву, яка точно відображала його функції: «Пенсійне суспільство на користь вдів і сиріт австрійських музикантів» [1, 153]. Подібні товариства, що існували в більшості європейських країн, проводили небагато концертів (як правило, не більше чотирьох), проте в них звучали твори найпопулярніших композиторів, а до їхнього виконання залучалися найвидатніші сили.

Якщо концерти пенсійних фондів були поодинокими явищами в музичному житті, то церковні концерти, що утвердилися пізніше, так би мовити «пенсійних», були більш регулярними, проходили кілька разів на місяць і з певними застереженнями можуть бути уподібнені сучасній філармонічній роботі. Розпочаті в XVI столітті в Італії вони незабаром поширилися по всій Європі. Як пише Є. Дуков, церква не тільки виявлялася місцем проведення концертів, а й визначала також репертуар і до певної міри виконавську манеру в кожній місцевості. Її можна порівняти з концертною організацією, що має свою школу, через яку проходили і професіонали, і любителі, і, яка довгий час мала свою, унікальну систему продажу музики, засновану на заміщенні квитків текстами і партитурами ораторій, що продавалися біля входу в храм безпосередньо перед концертами.

Організатором перших публічних концертів в Англії був Дж. Баністер (1630 - 1679), який отримав в 1672 році привілей на їх проведення з рук свого патрона - короля Карла II, у якого він десять років прослужив в якості керівника придворного ансамблю «12 скрипок Короля» і був учителем музики принцеси.

Франція зобов'язана організацією своїх «Духовних концертів» (1725) - першому громадському концертному підприємству Парижа - придворному музикантові, який в 1667 - 1677 роках служив гобоїстом в мушкетерському полку, слідував за королем Людовиком XIV під час його військових дій у Фландрії і іспанських Нідерландах, брав участь в облозі Маастріхта, а також у військових походах і боях в Ельзасі та Лотарингії, королівському бібліотекарю і композитору Андре Данікану Філідору (1652 - 1730). «Придворні музиканти, які стояли на чолі перших комерційних концертних підприємств, в силу свого високого суспільного статусу і особливого музичного досвіду зіграли важливу роль в становленні складних концертних жанрів і

нових інтонаційно-стилістичних норм, які потім тиражувалися концертними організаціями інших типів (зокрема, церковними)» [1, 159].

Як відзначає Є. Дуков, особливу роль придворні музиканти зіграли в поширенні мелодійних моделей і принципів формоутворення опери. Цей жанр в Європі практично не був доступний широкому загалу. Перш за все тому, що за межами Італії число оперних театрів до середини ХІХ століття було просто мізерним. П'ятнадцять приватних оперних антреприз, що існували в Венеції ХVІІ століття - рідкісний виняток, та й проіснували вони всього кілька десятиліть. Там же, де існував оперний театр, природно концентрувалися високопрофесійні виконавські сили - оперні співаки-віртуози, оркестранти, композитори, диригенти. «Але найчисленнішою і розгалуженою була мережа концертів, які організовувалися аматорськими товариствами, об'єднаннями, клубами і салонами. Одна з основних відмінностей між ними полягала в тому, що аматорські товариства і об'єднання формувалися навколо колективу дилетантів (оркестру, хору, камерного ансамблю) і з самого початку представляли собою своєрідний тип концертної організації з постійним виконавчим складом і постійною публікою, тоді як клубно-салонні об'єднання були лише формою організації постійної публіки, що періодично наймала виконавців і колективи» [1, 160]. Хронологічно першими серед цих елементів концертного життя були «академії музики», що виникли в Італії в ХVІІ столітті. Найбільшу популярність і найбільший авторитет в Європі мали спочатку італійські товариства – «Філармонічне товариство Болоньї», організоване 1622 року Джироламо Якобі, «Філармонічне товариство Верони», що виникло наприкінці ХVІ століття, «Академічна громада», що з'явилася в Римі в кінці ХVІІ століття. У наступному столітті цей тип товариств поширився по всій Європі, а на початку ХІХ століття з'явився майже одночасно в Росії і США. «Аж до середини ХІХ століття помітну роль в організації цих товариств грала аристократія. Однак з часом утворилися і товариства, що об'єднували своїх членів не по становою, а за професійною ознакою. Так, зокрема «Англійське мадригальне товариство» складалося з ремісників і ткачів» [1, 161].

Як зазначає Є. Дуков, становий або професійний принцип був лише одним з факторів організації таких товариств. Істотну роль грав і інший принцип – територіальний. У ХVІІІ столітті можна зустріти і більш узагальнені найменування територіальних організацій, типу «Товариство концертів на водах». У міру наближення до рубежу ХІХ століття все більшу роль в таких територіальних громадах починали грати національні позначення. З'являються «Товариство любителів музики Австрії», «Чеська Академія музики» тощо. Пізніше в назви концертних товариств починає входити вже фактор часу (наприклад, «Товариство недільних концертів») та спеціалізовані товариства, що об'єднують прихильників того чи іншого жанру музики а, з рубежу ХІХ століття, - композитора. Згодом жанрові, національні та «композиторські» товариства стали перетворювати свої музичні школи в консерваторії, надаючи свій вплив на формування професійних музикантів.

Не можна у контексті проблеми, що розглядається оминати питання приміщення, де відбувались концертні заходи. Так, звичайною справою для виконавців, як солістів, так і колективів, ставали виступи в приміщенні театрів. У Німеччині, Англії і Австрії практично всі міські театри працювали у вільний від показу вистав час як концертні зали. За зауваженням Є. Дукова, Відомий цілий ряд престижних готелів, в яких проходили публічні концерти. Навіть знаменитий лейпцігський Гевандхауз, в пору свого становлення, що іменувався «купецькими концертами», виник в готелі «Три лебедя». Публічні концерти проходили і в казино, які в той час були розважальними закладами з рестораном. Так, в Інсбруку в 1799 році було побудовано міське казино, в якому університет майже відразу ж розмістив своє філармонійне товариство і почав регулярні концерти. Як пише Є. Дуков, існувала і ще одна просторова зона, в якій протягом XVIII століття почали проводитися концерти та навіть вибудовуватися спеціалізовані приміщення. Це - зелена зона міста. «У садах і парках концерти проводились в «сезон» регулярно в курортних зонах. Трохи пізніше аналогічний – рекреативний - простір став «обживатися» і в великих містах. Найбільшу популярність здобув у зв'язку з цим лондонський «Воксал», відкритий в 1742 році, який став для Європи зразковим як з точки зору структури, так і функцій. В «Воксале» були невеликі павільйони зі сценами, в одному з них – навіть орган» [1, 164].

Слід зазначити, що починаючи з другої половини і до кінця XIX ст. формується новий етап в історії концерту і концертної діяльності, в якій всі суб'єкти мистецького життя: артисти, аматори музики і композитори формують свої чітко визначені ніші. Взаємовідносини артистів-віртуозів і композиторів з плином часу призводять до диференціації творчої праці: створення художнього тексту (написання музики) і його виконавського відтворення в концертній практиці. Ця диференціація, що супроводжувалася зростанням значущості авторського начала, зумовила надалі існуючу систему авторського і суміжного права.

У другій половині XIX ст. в концертному житті Європи відбуваються глибокі якісні зміни. Поряд з артистами, композиторами і аматорськими товариствами з'являються нові учасники процесу - професіонали-організатори. Концертна справа вступає в новий етап свого розвитку. Час «самоменеджменту» для артистів закінчується і поступається місцем менеджерському началу, що динамічно розвивається, виникають такі професії як: артистичний агент, імпресаріо, на початку XX ст. активізується музичний ринок США, і з'являється досвід створення артистів-зірок. В кінці XX ст. створюються великі музичні агентства, такі як: Columbia Artist Management, IMG Artists, ICM, Askonas Holt, Harrison & Парротт, і нові – «мережеві» методи і технології діяльності концертних агентств, з'являються транснаціональні корпорації, які впливають на музичне середовище: нові стимули шоу-бізнесу, що призводить, у свою чергу, до стагнації філармонічної справи.

Щодо проблеми організації концертної діяльності в сучасній Україні, то тут слід зазначити, що при переході держави до ринкової економічної моделі концертна справа отримала свободу не тільки від цензури, а й від обов'язкового прикріплення до будь-якої державної концертної організації. Сьогодні

законодавство України передбачає різні форми об'єднання творчих працівників, зокрема і приватні, які можуть бути використані артистами різних жанрів. Для філармоній це означає втрату монополії в сфері концертної діяльності. Початок 1990-х рр. для філармонічної структури України, заснованої на праці музикантів з оплатою за встановленими державними розцінками, було часом нестримного падіння. Затребувані публікою артисти покидали філармонії і створювали свої дирекції, центри творчості, продюсерські та арт-менеджерські організації. Приблизно тоді ж стали з'являтися «імпресаріо», які бралися за менші, ніж у філармонії, гонорари організувати різні концерти і шоу. З одного боку, продюсерство та арт-менеджерство створює нові можливості для функціонування концертної діяльності, з іншого, – існує проблема: жителі провінції практично не мають можливості знайомитися з мистецтвом найбільш великих і відомих концертних колективів. Це обумовлено станом гастрольної діяльності концертних організацій, плановість якої відсутня так само, як і цільове субсидювання з державного бюджету. Вільний простір активно освоюється новими заповзятливими і мобільними структурами, що пропонують глядачу часто низькосортну продукцію. В результаті гастролі виявились одним з найбільш проблематичних аспектів сучасної концертної діяльності. Паралельно зі скороченням гастрольної діяльності в Україні зростає кількість фестивалів і конкурсів, які заміщають сьогодні гастролі як елемент регулярної планової концертної діяльності. Багато з них стали традиційними. Помітну частину складають фольклорні заходи. Фестивалі та конкурси дозволяють закріплюватися в концертному житті її новим активним суб'єктам.

Слід підкреслити, що специфічна риса менеджменту сучасної концертної діяльності полягає в тому, що він може здійснюватися й щодо одного, окремо взятого артиста. Музикант-виконавець відрізняється від артиста драматичного театру набагато більшою автономністю. Він може ні від кого не залежати ні у виборі репертуару, ні в його інтерпретації, ні у виборі сценічного майданчика. Його неповторна індивідуальність самоцінна. Недарма помічено, що для публіки важливий не репертуар, а ім'я виконавця. Але так як творчої особистості неодмінно потрібен помічник, який взяв би на себе організацію його виступів і дбав би про його матеріальне благополуччя, поруч з артистом завжди існували імпресаріо, антрепренер. Останнім часом з'явилася ще одна фігура - продюсер. Ці три фігури уособлюють собою різні форми концертного менеджменту. Відомо, що термін «менеджер» має два значення: найманий керівник і підприємець. Якщо директор філармонії або будь-якого іншого закладу культури, є перш за все найманим керуючим, то продюсер, антрепренер, імпресаріо - особи, які відповідають найбільше другому значенню - підприємець. Продюсер в основному працює з проектами, такими як пошук нових талантів, створення нових колективів, нових «зіркових» імен, підготовкою оригінальних програм, проведення фестивалів і тощо. Антрепренер (від фр. *Entrepreneur* - підприємець) - це власник, орендар або власник приватного видовищного підприємства. На відміну від продюсера антрепренер в основному займається експлуатацією цього

підприємства - антрепризою. Проте антрепренер, що працює з проектами, може бути продюсером, так само як і продюсер – антрепренером. Імпресаріо (від італ. Impresario, від *imprendere* - робити, затівати) - це професійний організатор концертів, вистав. Організатор видовищних підприємств або агент будь-якого артиста, який діє від його імені, укладає для нього контракти. Його спеціалізація - посередницька діяльність, хоча він також може виступати в ролі і продюсера, і антрепренера [2].

Наукова новизна полягає в узагальненні та систематизації теоретичних матеріалів, що стосуються сучасних тенденцій в організації концертної діяльності як соціокультурної практики. Запропоновано шляхи оптимізації концертної діяльності в сучасних умовах, що і визначає актуальність теми дослідження.

Висновки. На мій погляд, задля оптимізації концертної діяльності в сучасних умовах необхідні: підтримка створення високохудожнього продукту в сфері концертної діяльності, розширення репертуарної пропозиції, розвиток нових форм художньої виразності, творчої діяльності авторів і виконавців; формування і розвиток суспільних потреб в мистецтві різних жанрів, зокрема і в академічному мистецтві, розширення аудиторії концертів за рахунок різних верств, категорій і груп населення; формування ефективного менеджменту в області концертної діяльності; інтеграція України в світовий «концертний» ринок, використання її творчого потенціалу для зміцнення позитивного образу країни на міжнародному рівні.

Література

1. Дуков Е. В. Концерт в истории западноевропейской культуры. Москва: Классика-XXI. 2003. с. 151-168.
2. Лурье А. С. Управление концертным делом. Управляемость культуры и управление культурными процессами [сост. Г. М. Галуцкий]. Москва: ВНИИ Институт искусствознания, 1998. С. 445.
3. Пассман Д. Все о музыкальном би знесе / пер. с англ. А. Орлов. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2009. 419 с.

References

1. Dukov, E.V (2003). Concert in the history of Western European culture. Moscow: Classics-XXI, p. 151-168. [In Russian].
2. Lurie, A. S. (1998). Management of concert business. Management of culture and management of cultural processes. Moscow: Institute of Arts, p. 445. [In Russian].
3. Pasman D. (2009). All about music business. Moscow: Alpina Business Bus, 419 p. [In Russian].