

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА»

На правах рукописи

Живица Ангелина Романовна

**СОХРАНЕНИЕ И АКТУАЛИЗАЦИЯ ФОЛЬКЛОР
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ЭТНОМУЗЫКАЛЬНЫХ КОЛЛЕКТИВОВ**

Специальность

5.10.1 Теория и история культуры, искусства

Диссертация на соискание ученой степени

кандидата культурологии

научный руководитель: доктор культурологии, профессор

Каминская Е. А.

Москва, 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ЭТНОМУЗЫКАЛЬНЫЕ КОЛЛЕКТИВЫ: КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ КОНТЕКСТЫ ИЗУЧЕНИЯ...	17
1.1. Фольклор как объект культурологического исследования	17
1.2. Культурно-исторические интерпретации и реинтерпретации фольклора в этномузыкальных коллективах	42
ГЛАВА 2. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АКТУАЛИЗАЦИИ ФОЛЬКЛора В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	71
2.1. Проектная деятельность как социокультурная технология актуализации фольклора	74
2.2. Музыкальный менеджмент как социокультурная технология актуализации фольклора	102
ГЛАВА 3. ПРАКТИКИ АКТУАЛИЗАЦИИ ФОЛЬКЛора В ЭТНОМУЗЫКАЛЬНЫХ КОЛЛЕКТИВАХ РОССИИ.....	133
3.1 Деятельность Ансамбля Дмитрия Покровского по сохранению и актуализации фольклора	135
3.2. Деятельность ансамбля «Русская песня» по сохранению и актуализации фольклора	167
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	202
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	207
ПРИЛОЖЕНИЯ	250
Приложение 1. Опрос, раскрывающий особенности восприятия авторских и народных текстов.....	250
Приложение 2. Интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского и директорами ансамбля «Русская песня»	256
Приложение 3. Сведения о сравнительном анализе деятельности этномузыкальных коллективов	274

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. В настоящее время наблюдается рост интереса к фольклору. При этом этномузыкальные коллективы являются чуть ли не единственными его трансляторами в массовой культуре. Несмотря на разнообразие и обилие форм и видов интерпретации и реинтерпретации фольклора, стоит констатировать его весьма скромное бытование в аутентичном виде и фрагментарное и спорадическое обращение к нему в творчестве деятелей культуры, способных оказать существенное влияние на его популяризацию и актуализацию, т.е. его активное включение в контекст современной культуры. Этномузыкальные коллективы, использующие в своем творчестве и/или исполняющие фольклор разных национальностей, вносят значительный вклад в сохранение мирового культурного наследия, с одной стороны, в популяризацию и актуализацию традиционных ценностей, в том числе, среди молодого поколения, – с другой. Важность исследования обусловлена, прежде всего, недостаточной изученностью деятельности этномузыкальных коллективов как части культуры, выполняющей важнейшую функцию сохранения и актуализации фольклора.

Актуальность исследования приобретает особую значимость в современных условиях, характеризующихся диалектическими процессами размытия границ и содержания национальной культуры и акцентирования национальной идентичности. В связи с этим возникает запрос на сохранение и актуализацию фольклора как одного из оснований культуры. Особую значимость в этом контексте приобретает деятельность этномузыкальных коллективов, способствующая эффективному включению фольклора в современное социокультурное пространство.

Актуальность исследованию придает и недостаточная освещенность деятельности этномузыкальных коллективов в научных трудах. Необходимость ее теоретической разработки в контексте содержательных

аспектов конкретных сфер фольклорной музыкальной культуры, остается широким полем для дальнейших научных изысканий.

Проблема исследования обусловлена необходимостью выявления эффективных социокультурных технологий, используемых в деятельности этномузыкальных коллективов, способствующих сохранению и актуализации фольклора, с одной стороны, успешному функционированию самих коллективов в условиях массовой музыкальной культуры, с другой.

Объектом исследования являются процессы сохранения и актуализации музыкального фольклора.

Предмет исследования: деятельность самобытных отечественных этномузыкальных коллективов по сохранению и актуализации фольклора.

Цель работы: исследование деятельности отечественных этномузыкальных коллективов по сохранению и актуализации фольклора.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи**:

– Определить культурно-исторические и социокультурные основания изучения деятельности этномузыкальных коллективов по сохранению и актуализации фольклора, включая формы его интерпретации и реинтерпретации;

– Выявить и охарактеризовать социокультурные технологии как инструменты сохранения и актуализации фольклора в рамках деятельности этномузыкальных коллективов;

– Систематизировать социокультурный опыт наиболее репрезентативных в отечественной культуре нескольких последних десятилетий этномузыкальных коллективов: Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящее время – Московский государственный академический театр) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной.

Территориальные границы исследования охватывают центральный регион РФ, в частности г. Москву как один из культурно-просветительских центров нашей страны. Они определяются географической локацией анализируемых коллективов – Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в

настоящее время – Московского государственного академического театра) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной, полувековым существованием, всероссийской известностью и международным признанием, наиболее ярким и масштабным освещением данных коллективов, лучшей технической и информационной оснащённостью обозначенного региона.

Хронологические рамки эмпирического исследования соответствуют периоду 60–70-х годов XX века – 20-х годов XXI века. Нижняя хронологическая граница приходится на активную фазу молодежного фольклорного движения или «новой фольклорной волны», датируемой с середины 60-х гг. XX века. В указанные временные рамки под воздействием социокультурных процессов активно развивается советская фольклористика, появляются новые программы изучения фольклора, получает широкое распространение т.н. неофольклорное направление в творчестве композиторов академической музыки, формируются многочисленные коллективы, репрезентующие в своем творчестве вторичный фольклор или «фольклоризм». В 70-х гг. XX века организовываются самобытные этномузыкальные коллективы – Ансамбль Дмитрия Покровского, созданный в 1973 г., и ансамбль (в настоящий момент – Московский государственный академический театр) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной – в 1976 г. Верхняя граница хронологических рамок приходится на 20-е гг. XXI века и соответствует современным этапам функционирования изучаемых этномузыкальных коллективов.

Хронологические рамки теоретического аспекта исследования заданы развитием философско-культурологической мысли. В анализ научного контекста включены различные источники по изучению народного искусства, начиная с работ древнегреческих философов, заканчивая современными работами культур философской и социокультурной тематики. Исследование процессов преобразования фольклора в большей степени опирается на источники второй половины XX в. – периода расцвета

отечественной фольклористики. Данные временные границы позволяют проследить трансформацию форм и видов интерпретации и реинтерпретации фольклора и эволюцию социокультурных технологий, применяемых Ансамблем Дмитрия Покровского и ансамблем (в настоящий момент – Московским государственным академическим театром) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной с целью сохранения и актуализации фольклора.

Эмпирическим материалом и источниками исследования выступили успешно функционирующие, имеющие всероссийскую и международную популярность этномузыкальные коллективы: Ансамбль Дмитрия Покровского и Ансамбль (в настоящее время – Московский государственный академический театр) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной: их культурные и концертные программы и альбомы, PR-кампании, сайты, деятельность их структурных подразделений. Всего проанализировано 21 культурная и концертная программа и альбомы: «Голоса планеты» (1990), «Свадебка» (1994), «Новая русская альтернатива» (1997), «Ты Россия, Мать Россия» (2001), «Не близко от города, не далеко» (2003-2004), «Курские песни» (2010), «Виват, Россия» (2010), «Человек живет, как трава растет» (2013), «В песнях вспомним о вас» (2017) – Ансамбль Дмитрия Покровского; «Песни советских композиторов» (1978), «Русская свадьба» (1981, 1982), «Как кума к куме пришла» (1989), «Душа в степи» (1991), «Благослови душе» (1994), «Ковано колесо» (2006), «Песни России» (2009), «Четыре двора. Застольные» (2015), «Grand collection» (2015, 2018), шоу-программа и альбом «Голоса Вселенной» (2022), фестиваль-марафон «Песни России» – Ансамбль (в настоящее время – Московский государственный академический театр) «Русская песня». Помимо культурных и концертных программ исследован развлекательный и рекламно-информационный медиаконтент (тексты, фоторепортажи, аудио, видео публикации), размещенный в различных СМИ (в том числе региональную и федеральную прессу, эфиры региональных радиостанций, эфиры телепрограмм), характеризующий некоторые проекты обозначенных

этномузыкальных коллективов: анонсы, афиши, презентации шоу-программ, альбомов, фестивалей, творческой продукции, пресс-конференции, отзывы на проводимые по всей стране и за рубежом мероприятия. Проанализированы имиджевые статьи и интервью с участниками этномузыкальных коллективов, приуроченные к информационным поводам (юбилеям, открытию нового творческого сезона, гастрольным турам и т. д.), способствующие продвижению брендов этномузыкальных ансамблей, например, «Идея правит миром» (интервью Н. Г. Бабкиной, FB.ru), «Надежда Бабкина о русской песне в Донбассе, Зайцеве, Васильеве» (absatz. media), приуроченные к 50-летнему юбилею Ансамбля Дмитрия Покровского «Родная история, запечатленная в звуке» (ТАСС), «Счастье есть. Нужна только правильная тесситура» (Независимая газета), «Легендарному Ансамблю Покровского исполнилось 50 лет» (Комсомольская правда).

Исследование данного материала дополнено проведенными автором интервью с руководителями и директорами этномузыкальных коллективов.

В базу источников диссертации включены научные журналы по проблемам бытования, сохранения, трансляции, интерпретации и реинтерпретации фольклора («Фольклор, структура, типология, семиотика», «Народное творчество», «Фольклор и антропология города», «Традиционная культура»), ежегодник «Русский фольклор», профессиональные и непрофессиональные онлайн-сообщества в сети ВКонтакте (Изучение русского фольклора, Сообщество любителей русского фольклора, Здесь был фольклор и пр.), официальные сайты коллективов, официальные страницы коллективов в ВКонтакте и Одноклассники. Материалы периодики и СМИ были задействованы при изучении истории развития коллективов (журнал «Огонек», «Российская газета», «Независимая газета», «Газета. ру», новостные каналы РИА-новости, ТАСС).

Теоретико-методологическая основа исследования.
Методологическую основу исследования составляют *культурно-исторический подход* (прослежена история изучения народной культуры,

определены истоки современного состояния и стилистических направлений этнической музыки, рассмотрено формирование и развитие конкретных этномузыкальных коллективов); *системный подход* (изучены практики коллективов как системно организованной деятельности); *социокультурный подход* (проанализировано взаимодействие социокультурных факторов, влияющих на деятельность этномузыкальных коллективов и на процессы обращения к фольклору со стороны деятелей профессиональной культуры; выявлены особенности социокультурных менеджерских (управленческих и маркетинговых) и проектных технологий).

В работе используются общенаучные и специальные методы исследования: наблюдение, анализ (в том числе формальный анализ, направленный на исследование проектных технологий с точки зрения структуры и алгоритмов конкретных этномузыкальных проектов, синтез, индукция и дедукция; диахронный, показывающий динамику развития музыкальной культуры, определяющий ключевые этапы данных явлений, динамику исследования народной музыкальной культуры; проблемно-логический метод, позволяющий выделить в проблеме исследования ряд положений, каждое из которых рассматривается в логической последовательности). Кроме того, применялись маркетингологические исследования, опросы, интервьюирование директоров этномузыкальных проектов, искусствоведческий анализ, позволяющий уточнить жанровую, тематическую и стилистическую специфичность фольклорной музыки, поскольку эти особенности определяют в значительной мере работу над этномузыкальными проектами на всех этапах.

Теоретико-методологические основания исследования обусловлены междисциплинарным характером изучаемого материала.

Степень научной разработанности проблемы.

Первую группу исследований составили работы, посвященные исследованию фольклора, в том числе по его сохранению и актуализации: В. П. Аникина, Г. П. Головинского, В. Е. Гусева, В. С. Девятова,

И. И. Земцовского, Е. А. Каминской, А. В. Костиной, А. И. Лазарева, Н. Г. Михайловой, С. Ю. Неклюдова, В. Я. Проппа, Б. Н. Путилова, Ю. М. Соколова, Ю. Л. Фиденко, К. В. Чистова и мн. др. Изучению народной художественной культуры в ракурсе художественной самодеятельности посвящены работы К. Г. Богемской, С. А. Комисарова, Н. А. Мусянковой, С. П. Решиковой, В. С. Цукермана. Важным для рассмотрения истории исследования народной культуры, фольклора и становления фольклористики как научного знания стали труды М. К. Азадовского, Э. Е. Алексева, Д. К. Зеленина, В. Я. Проппа, Б. Н. Путилова, Б. В. Седухина и т.д. Культурные традиции музыкального искусства анализируются в трудах А. Г. Алябьевой, Л. В. Деминой, Т. С. Рудиченко и др.

Вторую группу исследований сформировали труды, посвященные исследованию современных направлений этнической музыки как части современной культуры. С точки зрения педагогики современные направления этнической музыки рассмотрены в работах З. Э. Кушова, Е. Ю. Куприна, В. И. Лисового, И. Н. Макеева, Ц. Фань, Е. Н. Шумиловой; с философской – А. Ю. Овчинниковой, с искусствоведческой: А. И. Демченко, О. В. Долженковой, М. И. Имханицкого, А. Хуснутдиновой и др. Направление фолк-рок музыки изучалось в работах Т. А. Волошиной, О. В. Пивницкой, Е. Савицкой, С. В. Шаповалова; истоки стиля фолк-метал анализировались А. А. Булатовой, А. В. Сошниковым, современные методы в работе с традиционной музыкой анализируются в рамках проекта Diu-этнографии Global Zomia, World music как одну из разновидностей фольклоризма рассматривала Н. И. Жуланова, политику идентичности в World music исследовал М. Симон, диалог культур анализировал С. С. Соковиков. Этно-джаз как направление современной этнической музыки представлено в работах Л. Е. Аускерна, К. Е. Долгих, С. И. Козловского, А. С. Манукяна, А. В. Огородовой и др. Историю и теорию электронной музыки как одного из элементов синтеза этно-

электроники анализировали М. Батлер, Л. В. Сулова, Ф. П. Феокистов, Д. Хэсмондхал и др.

Третью группу исследований составили труды, посвященные социокультурным технологиям, прежде всего проектным технологиям и технологиям управления и продвижения культурного продукта. Технологиям, их специфике применения в социокультурной сфере посвящены труды О. А. Вахромеевой, Ю. Б. Владимировой, Р. А. Литвак, Г. Ю. Литвинцевой, Е. А. Малянова, А. В. Соколова, Г. В. Осипова, Н. Н. Ярошенко. Классификацию социально-культурных технологий рассматривали Е. И. Григорьева, А. Д. Жарков, Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников Г. Н. Новикова, Ю. В. Чувинова.

Этнокультурному проектированию посвящены работы А. Б. Афанасьевой, Е. С. Бабуновой, М. В. Горбачевой, М. М. Сорокиной, Т. Н. Суконкиной. Педагогические аспекты деятельности этнокультурных коллективов как проектов рассматривались в работах Л. В. Коновалова, А. Б. Панькина, с социологического и культурологического ракурса С. В. Суровым, О. А. Цукановой. Музыкальные этнокультурные коллективы как проекты исследовались в трудах Т. И. Баклановой, Г. В. Болтовой, Г. С. Голошумовой, М. С. Гусейнова, И. Б. Игнатовой, Л. П. Карпушиной, Г. П. Новиковой, О. В. Милициной, Л. Н. Сушковой. В контексте современной культуры эффективными инструментами актуализации и популяризации фольклора является социокультурное проектирование, исследованное в работах Ю. Н. Авдеевой, Г. М. Бирженюка, Т. Г. Киселевой, Ю. Д. Красильникова, Г. Ю. Литвинцевой, А. П. Маркова, И. Ф. Симоновой и др.

Тема менеджмента освещена в работах С. Альбрехта, Р. Кохена, Г. А. Александрова, А. Г. Грязнова, В. Н. Казакова, И. И. Мазура, С. А. Попова, Н. А. Соломатина и мн. др. Зародившись на Западе, менеджмент как вид деятельности достаточно полно исследован в работах американских искусствоведов, музыковедов, маркетологов: в трудах Bullock

G.W., Conrad C.F. «Management. Perspectives from the Social Sciences»; Davis S.M. «Managing Corporate Culture»; Ф. Котлер и Дж. Шефф «Все билеты проданы»; Ф. Котлер и К. Л. Келлер «Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс»; А. Маслоу «О менеджменте: самоактуализация, просвещённый менеджмент, организационная теория» и др. Менеджмент в сфере искусства, включая музыкальный менеджмент, в том числе в соотношении с продюсированием, рассматривается в работах Е. Ю. Андрущенко, О. В. Белоцерковского, М. В. Воротнова, О. А. Гармаш, И. П. Дабаевой, Е. И. Ждановой, Т. П. Житнеевой, Н. К. Карповой, Е. В. Кисеевой, С. М. Корнеевой, А. В. Крыловой, Ю. Б. Куниной, О. А. Левко, В. А. Моряхина, Е. В. Новаторова, И. И. Пригожина, А. М. Редько, Д. Г. Родионовой, А. Я. Селицкого, Г. Л. Тульчинского, А. М. Цукера, А. В. Шейко, О. Е. Шиловой и др.

Нами установлено, что комплексного исследования, обобщающего теоретические представления о социокультурных проектных и менеджерских технологиях сохранения и актуализации фольклора и опирающегося на конкретный эмпирический опыт деятельности этномузыкальных коллективов, не существовало.

Научная гипотеза исследования состоит в предположении о том, что применяемые этномузыкальными коллективами социокультурные технологии являются необходимым инструментом сохранения и актуализации музыкального фольклора.

Научная новизна работы состоит в том, что впервые исследованы социокультурные технологии, применяемые этномузыкальными коллективами, как инструменты сохранения и актуализации фольклора. Впервые выявлены и охарактеризованы проектные и менеджерские технологии Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящее время – Московского государственного академического театра) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной в контексте системного осмысления способов и форм интерпретации и реинтерпретации фольклора в

этномузыкальных коллективах в условиях изменяющегося отношения к нему и в условиях обновляющихся социокультурных практик: культуры потребления, культуры досуга, арт-рынка, культурной индустрии.

Теоретическая значимость заключена в выявлении и осмыслении наиболее оптимальных условий успешной деятельности этномузыкальных коллективов в социокультурных практиках сохранения и актуализации фольклора в современной отечественной культуре, основанных как на анализе художественного аспекта, так и с позиции рассмотрения и классификации форм социокультурного и музыкального проектирования, управленческой и маркетинговой деятельности.

Практическая значимость. Материалы и выводы исследования могут быть использованы в процессе преподавания дисциплин «Музыкальный менеджмент», «Социокультурное проектирование», «Современная музыкальная культура», «Народная художественная культура». Приведенные схемы, методы и инструменты продвижения музыкальных коллективов также имеют практическую направленность и могут применяться в разработках конкретных проектов, связанных с представленной тематикой. Положения работы будут полезны при разработке программ культурной политики различного уровня.

Личный вклад диссертанта заключается в следующем. Автором

- систематизируются и упорядочиваются сведения о художественно-творческой и организационно-управленческой деятельности Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящее время – Московского государственного академического театра) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной, а также осуществляется периодизация их проектировочных циклов;
- выявляются сущностные характеристики этномузыкальных проектов, потенциально способных к успешному продвижению;
- исследуются этномузыкальные коллективы с точки зрения применяемых ими социокультурных технологий, способов их адаптации к

художественно-эстетическим особенностям фольклора и форм его актуализации;

– даются авторские определения понятиям «музыкальный менеджмент» и «этномузыкальный проект».

Достоверность и обоснованность результатов. Степень достоверности работы обеспечивается всесторонним изучением и анализом поставленной темы, корректной систематизацией и классификацией материалов научных и иных источников, а также релевантным применением исследовательских методик. Достоверность и обоснованность обеспечена комплексностью междисциплинарной методологии, адекватной цели и задачам исследования; системным и многоаспектным обобщением теоретического и практического опыта исследования проблемы; репрезентативной апробацией основного содержания диссертации.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Деятельность этномузыкальных коллективов является значимым социокультурным феноменом, специфика которого обусловлена происходящими изменениями потребностей, вкусов, стиля жизни аудитории, различными аспектами культурной, в том числе музыкальной, жизни.

2. Социокультурный опыт этномузыкальных коллективов в деле сохранения и актуализации фольклора противоречив, так как его интерпретация и реинтерпретация, с одной стороны, ведут к массовизации фольклора, с другой – к утрате его первоначальных сущностных качеств.

3. Современные эстрадные интерпретации и реинтерпретации музыкального фольклора влияют на развитие самого фольклора и фольклорной культуры в целом, обогащая их авторскими текстами, мелодиями, специфическим инструментарием.

4. Успешная деятельность этномузыкального коллектива в актуальных условиях в значительной степени зависит от грамотного применения социокультурных технологий, прежде всего, проектной деятельности и музыкального менеджмента, гибко сочетающего активную и

компетентную управленческую деятельность лидера с совокупностью способов формирования и продвижения культурного продукта.

5. Принципиально важными чертами деятельности данных коллективов являются использование художественных средств и образов, позволяющих идентифицировать музыкальный материал как традиционный (даже при исполнении авторских произведений); нацеленность на поиск эффективных средств актуализации фольклора.

Апробация и внедрение результатов диссертационного исследования.

Основные положения содержатся в публикациях, статьях, докладах на научных конференциях. Апробация результатов исследования была проведена на заседаниях кафедры истории и теории музыки, общегуманитарных и социальных дисциплин АНО ВО «Институт современного искусства». Материал исследования был апробирован на 4 научных и научно-практических конференциях всероссийского уровня: Искусство – Образование – Культура: традиции и современность: Всероссийская научно-практическая конференция (г. Москва, 21–22 апреля 2019 г.); Управление арт-проектами в современной культуре и социуме: Всероссийская научная конференция (г. Ростов-на-Дону, 24-25 февраля 2022 г.); «Региональные культурные стратегии в современном мире»: II Всероссийская научно-практическая конференция (г. Пермь, 28-29 апреля 2022 г.), Всероссийская научно-практическая конференция «Памятные даты истории Отечества и творчество деятелей российской истории и культуры» в рамках гранта «Комплекс культурно-просветительских, творческих и интерактивных выставочных мероприятий «Эпос земли русской», приуроченных к 175-летию со дня рождения В. М. Васнецова» (г. Москва, 24–25 ноября 2023 г.). Результаты исследования опубликованы в 10 статьях в научных журналах и сборниках конференций, в том числе 7 статей в ведущих рецензируемых изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией РФ для апробации результатов диссертационных исследований на

соискание ученой степени кандидата наук (общий объем – 4,65 п.л., из них авторских – 4,07 п.л.).

Алгоритмы и технологии проектирования и продвижения этномузыкальных коллективов применяются в творческой деятельности шоу-группы «Русско», основывающей своё творчество на фольклорном материале, участником которого является автор исследования. Технологии и способы актуализации фольклора, включая исполнение в различных стилях и направлениях этнической музыки с учетом сохранения принципиально характерных особенностей фольклора, используются в педагогическом и художественно-творческом процессах вокальной студии «Диапазон».

Соответствие паспорту специальности.

Диссертационная работа «Сохранение и актуализация фольклора в деятельности отечественных этномузыкальных коллективов» по проблематике, используемому научному аппарату, результатам соответствует паспорту научной специальности 5.10.1. Теория и история культуры, искусства и выполнена в соответствии с пунктами паспорта специальностей ВАК РФ: п. 33 «Культура и этнос. Культура и нация. Этническая и национальная культура», п. 48. «Система распространения культурных ценностей и приобщения населения к культуре», п. 117 «Народное искусство и народное творчество. Массовое и популярное искусство».

Структура и объем диссертации обусловлены целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, содержащего 375 источников, трех приложений, включающих опрос по восприятию авторских и народных текстов, интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского и директорами ансамбля (в настоящее время – Московского государственного академического театра) «Русская песня» и музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского, сравнительный анализ деятельности Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящее время –

Московского государственного академического театра) «Русская песня».
Общий объем исследования – 278 страниц.

ГЛАВА I. ЭТНОМУЗЫКАЛЬНЫЕ КОЛЛЕКТИВЫ: КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ КОНТЕКСТЫ ИЗУЧЕНИЯ

Этномузыкальные коллективы, представленные в достаточно большом спектре направлений деятельности, служат одним из основных источников распространения фольклора, прежде всего, его музыкальных форм. Рассмотрение их деятельности с содержательной стороны легло в основу первой главы исследования. Для нас было важным показать разнообразие музыкального материала, являющегося ядром творчества этномузыкальных коллективов. При его характеристике большое внимание уделено фольклору, так как использование устоявшихся образов, средств художественной выразительности, позволяющих слушателю идентифицировать текстовый и музыкальный материал как традиционный, с нашей точки зрения, обуславливает успешность деятельности этномузыкального коллектива. Трансформация фольклора в рамках современных музыкальных течений, стилей и направлений лежит в основе формирования разновидностей этнической музыки. Нами выявлена специфика этномузыкальных коллективов, которая обусловлена его художественной составляющей, диктующей принципиально разные технологии актуализации фольклорного материала.

1.1. Фольклор как объект культурологического исследования

Многоаспектная деятельность этномузыкальных коллективов обеспечивает условия не только для развития тех или иных качеств и способностей личности, что является предметом педагогических исследований, но и позволяет достаточно глубоко осмыслить вопросы, связанные с актуализацией фольклора (т.е. процессами придания ему значимости в современности и культуротворчества на его основе). Можно

утверждать, что именно этномузыкальные коллективы являются мощным инструментом, позволяющим донести традицию до широких масс населения.

Деятельность этномузыкальных коллективов, к сожалению, не нашла должного отражения в культурологических исследованиях, являясь, чаще всего предметом педагогических трудов, в которых рассматриваются различные аспекты формирования и развития определенных навыков или способностей ее участников. В рамках искусствоведческих исследований тоже прослеживается педагогический ракурс (например, [Далецкий,1986]). При изучении народной художественной культуры и народного искусства учеными-искусствоведами рассматриваются этапы и особенности становления художественной самодеятельности в России (например, К. Г. Богемской в исследовании «Наивное искусство и художественная самодеятельность в России 1920-1990-е гг.: История и проблема культурных контекстов» [Богемская, 2003]; Н.А. Мусьянковой «Художники и институции: самодеятельное творчество в СССР 1920-1930-х гг.» [Мусьянкова, 2008] и др.), в рамках которой существовали и продолжают развиваться этномузыкальные коллективы в РФ. В культурологических исследованиях стоит отметить рассмотрение роли непрофессионального художественного творчества в народной культуре (в рамках которой начиналась деятельность анализируемых нами этномузыкальных коллективов), выявление диалектического взаимодействия отдельных пластов, жанров, стилей в ее предметном поле, факторы существования и развития явления в культуре страны, определении ее культуротворческого потенциала (например, В. С. Цукерман в диссертации «Народная культура как социальное явление» [Цукерман, 1984]; Н. В. Солодовникова «Традиции и новации в народной художественной культуре» [Солодовникова, 2006]; С. А. Комиссарова «Культуротворческий потенциал государственных учреждений клубного типа» [Комиссарова, 2010]; С. П. Решикова «Самодеятельное художественное творчество как социокультурное явление: состояние противоречия развития» [Решикова, 1991]). В то же время исследований, рассматривающих

этномузыкальные коллективы как часть народной музыкальной культуры, особенно за последние десять лет, практически не существует (по результатам анализа сайта РГБ: rsl.ru).

Связано это с рядом обстоятельств, среди которых стоит выделить негативное отношение к самодеятельному и любительскому творчеству, особенно советского периода, в рамках которых берет свое начало большинство этномузыкальных, в том числе, профессиональных коллективов, формируемое и транслируемое рядом ученых в различных областях знаний: и фольклористами, и искусствоведами, и историками, и культурологами (см., например, фильм «Русская культура. История подмены», снятый при поддержке Президентского фонда культурных инициатив, в котором о негативном влиянии художественной самодеятельности рассказывают такие виднейшие деятели современной науки и культуры, как А. Л. Топорков – член-корреспондент РАН, д-р филолог. наук, профессор; Т. Г. Иванова – д-р филолог. наук, ведущий научный сотрудник ИРЛИ РАН; С. Н. Старостин – заведующий сектором актуализации традиционной народной культуры Центра русского фольклора Государственного Российского Дома народного творчества имени В. Д. Поленова, председатель правления Российского фольклорного союза; Д. А. Баранов – канд. ист. наук, заведующий отделом этнографии Русского народа РЭМ, Д. Е. Крапчунов – канд. филос. наук, и.о. директора Гуманитарного института НовГУ им. Ярослава Мудрого) [Русская культура. История подмены].

В то же время в той или иной степени проблематика, связанная с процессами сохранения традиций, в том числе в этномузыкальных коллективах, является предметом осмысления различных наук, в том числе культурологии, искусствоведения, филологии, фольклористики. Этим обуславливается и сложность терминологического характера исследования, в котором приходится прибегать к филологическим, искусствоведческим,

фольклористским, культурологическим терминам для наиболее точного описания сущности того или иного явления.

Междисциплинарный подход применен и в подборе теоретических источников. Деятельность этномузыкальных коллективов рассматривается через обзор исследований к осмыслению народной культуры и народной музыкальной культуры как ее части в философском, эстетическом, социологическом, историческом, культурологическом, искусствоведческом, фольклористическом, этнологическом, педагогическом и других аспектах, включая и работы, посвященные изучению народной культуры, народной художественной культуры, народного искусства, фольклора, в том числе их региональных аспектах.

Сложность определения термина «фольклор», появившегося в XIX в. и имеющего большое количество трактовок на сегодняшний момент, множественность пониманий народной культуры (исследования которой велись и до возникновения термина «фольклор»), включающей музыкальную народную культуру, традиционный быт наших предков и т.д., длительность их изучения в рамках разнообразных направлений научной мысли определяют отсутствие в современной науке единообразного представления о данных феноменах. А.В. Костина, исследуя границы употребления терминов «народная культура», «традиционная культура» и «фольклор», так же отмечает их «семантическую подвижность» в фольклористике и этнологии [Костина, 2009]. Фольклор данным автором определяется как «специфическая подсистема», ролью которой является интеграция, закрепление и аккумуляция традиционной информации, «выработанной этносом или его локальной группой», то есть он выступает «специфическим языком» и традиционной, и народной культуры [Там же]. Опираясь на столь тесную взаимосвязь терминов «народная культура» и «фольклор», мы проанализируем различные подходы научного осмысления народной культуры.

Освещение народной культуры началось еще со времен древней Греции, где в рамках философских концепций рассматривались ее педагогические аспекты, воспитательный (в физическом и морально-этическом смыслах) потенциал. В контексте изучения народной культуры античными философами уделялось внимание и народной музыкальной культуре. Опираясь на традиции народной жизни, наблюдая за ней, древнегреческие философы систематизировали эти знания в научных трудах, а также в творческих произведениях (литературная философская проза, эпические произведения и пр.). При этом стоит отметить, что разделения на народное и профессиональное искусство в исследованиях того времени практически не делается, они рассматриваются во взаимосвязи, разделяясь на мусические и пластические (Платон), свободные и механические (Аристотель). При этом тон высказываний о народной культуре и народной музыке как ее части у античных философов был, скорее, снисходительным (напр., Платон, диалог «Законы» [Платон, 1994, с. 120]; подробнее об этом [Курашев, 2012]). В то же время нельзя сказать о том, что в Античности сложилось системное представление о народной культуре и народном искусстве и их роли в жизни общества.

В средневековье начала выкристаллизовываться концепция изучения народной культуры и народного искусства. Однако отношение к народной культуре и народному искусству носило явно отрицательный характер, так как они основываются на языческих представлениях, что явно противоречило христианским церковным догматам. Так, христианский проповедник Климент о народной музыке высказывался как «о лживом искусстве», развивающем «склонность к жизни бездеятельной и беспорядочной» [Шестаков, 1966]. Архиепископ Константинопольский, богослов Иоанн Златоуст к народной культуре относился резко негативно, называя ее «сатанинской», а обряды, совершаемые простым народом «бесноватостью» [Там же].

Несмотря на кажущееся отторжение фольклора как пагубного источника, разлагающего общество, исследователи фольклора, например, Сапонов М.А., подчеркивают, что в светской культуре отношение к нему было благосклонным [Сапонов, 2004, с. 18].

Эпоха Возрождения дает новые представления о народной культуре и народном искусстве как об источнике культуры, знаний, опыта художественно-образных средств. В этот период начинает складываться тенденция сбора фольклорных произведений (как литературных, так и музыкальных), которая начнет активно развиваться в последующие эпохи.

Просвещение характеризуется переориентацией отношения к народной культуре: повышается внимание к народной культуре, быту, преданиям и творчеству народа среди разных социальных слоев общества. В Европе начинаются первые исследования фольклора (например, синкретизм искусства в первобытном обществе начинает разрабатывать Дж. Броун в своем трактате «Рассуждение о поэзии и музыке, об их возрастании, сочетании и могуществе, развитии, а также об их разъединениях и повреждениях» (1763 г.) (см. подробнее: М. П. Алексеев Из истории английской литературы, глава «Английский трактат XVIII века о поэзии и музыке» [Алексеев, 1960]).

Как отмечает М. К. Азадовский, XVIII век – век «просветительского отношения к фольклору», «практики художественного фольклоризма» [Азадовский, 1958, с. 82]. Весомый вклад в приобщение к данной культуре внесли собиратели фольклорных текстов, прежде всего, писатели, использующие в своих произведениях народное творчество как источник для создания собственных произведений, а порой и включавшие его в виде фрагментов в тексты. Фольклор как основу народной культуры и путь к ее познанию видел А. Н. Радищев, делая свои этнографические наблюдения и писав «Кто знает голоса русских народных песен, тот признается, что есть в них нечто, скорбь душевную означающее»; «в них найдешь образование души нашего народа» [Радищев, 1962, Гл. 1 «София»]. У историка, географа,

инженера-артиллериста, экономиста и государственного деятеля В. Н. Татищева в капитальном историческом труде «История Российская» наряду с воссозданием хронологии исторических событий в России описаны некоторые народные обычаи и обряды. Он видит в фольклоре недостающие в летописях элементы для воссоздания исторических событий, т.е. рассматривает его как часть исторической памяти: «Песни древних, хотя они не таким порядком складены, чтоб за историю принять было можно, однако ж много можно в недостатке истории из оных нечто к изъяснению и в дополнение употребить <...>. Стрыковский в недостатке истории литовской сказывает, что из песен брал» [Татищев, 2022]. В. К. Тредиаковский, ратующий за создание национальной литературы, адаптацию западноевропейских идей и ценностей к русским реалиям, способствовал дальнейшему изучению фольклора. Им формулируется проблема русского стиха («Новый и краткий способ к сложению российских стихов», «Мнение о начале поэзии и стихов», «О древнем, среднем и новом стихотворении российском»), создается «стопная» теория – принцип тонической стопы, впоследствии развитая М. В. Ломоносовым. Писатель, литератор, создатель значительного труда по истории России «Истории государства Российского» Н. М. Карамзин в «Записках о древней и новой России в ее политическом и гражданском отношениях», размышляя о путях развития культуры России, о значении преобразований Петра I, осуждал насильственное внедрение европейских ценностей, полагая, что для культуры страны необходимо сохранять традиции народной культуры, ведь национальное самосознание развивает «уважение к своему народному достоинству» и «дух народный» [Карамзин, 1991, с. 32].

С XIX в. вплоть до Новейшего времени отмечается усиление интереса к изучению народной культуры и народного искусства. Именно в этот период вводится и сам термин «фольклор», и создается наука фольклористика, в дополнение к этнографии как науки о народах и народностях и этнологии как науки о жизнедеятельности этносов, этнических процессах и т.д.

Фольклор («народная мудрость») – народное творчество, содержащее и отображающее социальный уклад жизни, традиционные семейные и календарные обряды и другой социально-культурный опыт наших предков, передающийся из поколения в поколение в устной форме (по памяти). Данный термин был официально признан английским фольклорным обществом Folk-Lore Society в 1879 году. В широком значении он обозначал совокупность форм неписанной истории, а в узком понимался как «древние нравы, обычаи, обряды и церемонии прошлых эпох, превратившиеся в суеверия и традиции низших классов цивилизационного общества» [Осипов, 2009, с. 547]. Формулировка «низших классов цивилизационного общества» нами и многими исследователями фольклора представляется не совсем уместной. Фольклор возник во времена становления общества, формирования отдельных общин, то есть является наиболее ранним видом культуры и искусства. Утверждение, что древнейший пласт сферы человеческой деятельности, продолжавший существовать наряду с появлением новых культурных форм, можно классифицировать как «низший», нами рассматривается как неточность в формулировке содержания данного термина. Наиболее широкая трактовка понятия «фольклор» была определена советом экспертов при ЮНЕСКО: «Фольклор (в широком смысле традиционная и народная культура) – это совокупность основанных на традициях культурного общества творений, выраженных группой или индивидуумами и признанных в качестве отражения чаяний сообщества, его культурной и социальной самобытности; фольклорные образцы и ценности передаются устно, путем имитации или другими способами» [Рекомендации о сохранении фольклора, 1989], то есть основанное на традициях творчество групп или личностей, отражающее ожидания общины, являющееся адекватным выражением ее культурного и социального самосознания.

Существенными признаками фольклора являются: устная природа функционирования; множественность воплощений (вариативность);

локальная специфика проявлений; доминирование коллективного начала над индивидуальным; естественные (непрофессиональные) способы передачи опыта; нерасчлененность актов творения, исполнения и восприятия. Е. А. Каминская в исследовании «Традиционный фольклор: культурные смыслы, современное состояние и проблемы актуализации» [Каминская, 2016] дополняет обозначенные признаки фольклора следующими: вариантность и импровизационность при воспроизведении фольклорных текстов; способность к перекодировке; игровое начало; традиционность и эталонность [Там же, с. 26]. Фольклор включает словесные, музыкальные, хореографические, драматические жанры, в том числе в их синтезе (музыкально-хореографические, словесно-музыкальные). Музыкальный фольклор определяется как вокальное (песенное), инструментальное, вокально-инструментальное и музыкально-танцевальное творчество народа, неразрывно связанное с его культурным укладом.

В XIX веке активизируется накопление фактического и теоретического фольклорного материала, появляются систематические издания в виде статей в журналах о народных обрядах и обычаях, очерчиваются новые пути и методы изучения народной культуры. С 30-40-х годов XIX века начинают выходить издания материалов собирательской деятельности, такие, как сборники И. М. Снегирева (профессора Московского университета) «Русские простонародные праздники и суеверные обряды» 1837-1839, «Русские народные пословицы и притчи» 1848 г.; И. П. Макарова «Сказания русского народа о семейной жизни своих предков» 1836 г. и 1839 г., «Русские народные сказки» 1841 г. В Императорском географическом обществе в Петербурге получает активное развитие отделение этнографии, архив которого был частично опубликован в «Записках Русского географического общества по отделению этнография». Становятся популярны и журналы, описывающие народную культуру, такие как «Этнографическое обозрение» и «Живая старина». В конце XIX века публикуются сборники П.В. Киреевского «Русские народные стихи, собранные Петром

Киреевским», «Песни, собранные П.В. Киреевским», «Песни былевые» и т.д.; сборник исследователя русского фольклора и «живого великорусского языка» В. И. Даля «Пословицы русского народа»; сборник А.Н. Афанасьева «Народные русские сказки»; сборник И.А. Худякова «Великорусские сказки»; сборник Д.Н. Садовникова «Сказки и предания Самарского края». П. Н. Рыбников, исследовавший живую былинную традицию, найденную в Олонецком крае, в 1861-1867 г. издает труд в 4 томах «Песни, собранные П.Н. Рыбниковым». Вдохновленный успехами П.Н. Рыбникова А.Ф. Гильфердинг в этих же местах, отдельно изучая репертуар сказителей, собирает фольклорный материал, который вышел в сборнике «Онежские былины, записанные Александром Федоровичем Гильфердингом летом 1871 года. С двумя портретами онежских рапсодов и напевами былин».

В XIX веке появляются специальные организации по изучению фольклора: английское фольклорное сообщество «Folk-Lore Society» 1878 г., во Франции «Societe des traditions populaires» 1885 г., в Америке «American Folk-lore Society» 1888 г., В России – Русское географическое общество 1845 г.; Императорское общество любителей естествознания, антропологии и этнографии при Московском университете 1863 г.; Этнографическое бюро В.Н. Тенишева 1897 г. и др.

Значительным явлением данного исторического периода является зарождение и становление научных школ изучения фольклора.

Представители *мифологической школы фольклора*, занимались исследованием и анализом мифов, легенд и других форм устного народного поэтического творчества, а также выявлением и изучением традиционных образов и символов, зашифрованных в фольклорных текстах, видя именно в них «ядро» народной культуры. Это научное направление опирается на философские и эстетические взгляды Ф. В. Шеллинга и братьев Ф. и А. Шлегелей, считавших, что обращение к национальному искусству возможно через обращение к мифологии деятелей художественной культуры, при этом мифологию Шеллинг в своем труде «Философия искусства» охарактеризовал

как «первичный материал для всякого искусства» [Шеллинг, 1999]. Центральным понятием в искусстве он видел символ. Мифологию как ядро и центр поэзии трактует Ф. Шлегель, при этом он отмечает в ней синкретизм философии, религии и искусства.

Представителями *ранней мифологической школы* являются такие ученые и мыслители как Л. Арним, К. Brentano, И. Геррес, Ф. Крейцер. Развитие и становление мифологической школы связано с именами братьев В. и Я. Grimm, считавшими мифологию главным источником искусства. Так, труд Я. Гримма (фольклориста, историка германских древностей) «Немецкая мифология» [Гримм, 2019] представляет собой собрание и реконструкцию древнегерманских мифов. Оно включает теоретическое осмысление в области исторической германистики, опирающийся на материалы из фольклорных и исторических источников (тексты средневерхненемецкого периода, немецкие заговоры, топонимы, греческие и латинские источники) и ранее проведенные исследования в области древнегерманской мифологии Ф. Д. Гретера, И.А. Канне, Ф. Кроцера, Ф. И. Мане, Ф. К. Рюса. Данное издание вводит в научный оборот массивный спектр фольклорных текстов, что способствовало формированию научной мифологической школы и почвы для дальнейших исследований в области филологии, этнографии и фольклористики.

Дальнейшее развитие мифологической школы происходило в двух основных направлениях: «этимологическом» и «аналогическом». Представителями *мифологической школы этимологического направления*, занимавшиеся реконструкцией начального смысла мифа, являются К. Юнг, разработавший психологическую теорию, А. Кун, обосновавший метеорологическую теорию, М. Мюллер, создавший солярную теорию.

Метеорологическая теория основывается на том, что генезис мифотворчества произрастает из общечеловеческого культа природы, а именно из культа астрономических и метеорологических явлений. Образы-символы богов восходят к небесным светилам, созвездия трактуются как

живые существа, влияющие на ход земных событий. Если А. Кун более всего углублялся в исследования комплекса метеорологических явлений, таких как буря, гром, облака, молния и прочее, то М. Мюллер связывал содержание мифов с обожествлением астрологических тел: солнца, луны, звезд, комет и т.д., то есть все приключения мифологических героев являются символическим олицетворением различных процессов природы. Его авторству принадлежат еще несколько, а именно: концепция происхождения религии, восходящая к чувственному восприятию наших предков действительности, одна из первых концепций о генезисе религии, отраженная в его трудах «Сравнительная мифология Макса Мюллера» [Мюллер, 1863] и «Антропологическая религия» [Мюллер, 2022], в которой он полагал, что наряду с праязыком существует и общая индоевропейская праимифология; натуралистическая теория, в основе которой лежат противопоставления зимы и лета, дня и ночи.

Представители *аналогического направления мифологической школы* (В. Шварц «Происхождение мифологии» и В. Манхардт «Демоны ржи», «Лесные и полевые культуры», «Мифологические исследования»), применяя тактику сравнения схожих по содержанию мифов, пришли к выводу, что фольклор более всего связан с «низшей мифологией» (термин введен Манхардтом), то есть поклонением различным духам природы или «демоническим существам», так именно «низшая мифология» первична по своей природе. В. Вундт, рассуждая о мифе как о первобытной форме сознания в своем труде «Миф и религия» [Вундт, 1913], отнес мифотворчество из когнитивной в эмоционально-аффектную сферу человеческого сознания, а также дифференцировал мифологию как переход наших предков от тотемического культа, наиболее ранней формы религии, к божественному.

Русская мифологическая школа, сформировавшаяся в 1840-50-х годах, связана с именами таких ученых как А. Н. Афанасьев, Ф. И. Буслаев, О. Ф. Миллер. Филолог, языковед, фольклорист и исследователь древнерусской и

народной поэзии и Ф.И. Буслаев является последователем метеорологического направления мифологической школы, раскрывающей основу мифа как обожествление природных стихий. Он внес значительный вклад в развитие исторического изучения фольклора; выявил связь фольклора, языка и мифологии, видя основными формами проявления народного сознания миф и язык. Ф. И. Буслаев рассматривал основные характеристики фольклора, прежде всего, обосновал принцип коллективной природы художественного творчества народа и возможность самозарождения фольклорных сюжетов у разных народов; охарактеризовал значение диалога культур для обогащения конкретной национальной культуры.

Собиратель фольклора, историк, литературовед и исследователь духовной культуры славянских народов А. Н. Афанасьев (ученик Ф. И. Буслаева) составил сборник «Народные русские сказки» и написал значительный культурологический труд «Поэтические воззрения славян на природу: Опыт сравнительного изучения славянских преданий и верований, в связи с мифическими сказаниями других родственных народов» [Афанасьев, 1995], в котором развивал темы сущности, происхождения и исторического развития мифов. А. Н. Афанасьев выявляет раздробление мифических сказаний, низведение мифов и прикрепление их к определенной местности и историческим событиям, а также нравственное (эстетическое) мотивирование мифических сказаний. Ученый анализировал фольклорные поэтические тексты, видя в них источник «старинного метафорического языка», из народно-певческого творчества выделял обрядовые песни как «пояснение различных церемоний и игрищ» и «указания на старинные верования и давно отживший быт», эпические как «древнее мифическое сказание», духовные как «разъяснения мифов» [Там же]. А.Н. Афанасьев пишет: «Миф и история сливаются в народном сознании; события, о которых повествует последняя, вставляются в рамки, созданные первыми; поэтические предания получают историческую окраску, и мифический узел затягивается еще крепче» [Там же].

Таким образом, представители мифологической школы основной своей целью видели реконструкцию мифологии и фольклорных преданий и сказов. К теоретическим положениям данной школы относятся: мифология представляется рядом символов и образов; мифы отдельных народов есть варианты единого общего мифа. Данное научное направление способствовало формированию основ сравнительного и сравнительно-исторического изучения фольклора; накоплению информации, связанной с мифологией и культурой наших предков; активизации в деле собирания и анализа фольклора разных народов.

Так называемая *школа заимствования (или миграционная школа)* как философское направление сформировалась в XX веке в США. Основными идеями данного научного направления выделяют: заимствование идей и культурных элементов, необходимое для развития и обогащения собственной культуры; уважение к уникальности других культур; культурный плюрализм; критическое мышление при анализе и заимствовании других культур; социальная справедливость; кросс-культурная коммуникация и диалог культур. Основоположником данного научного направления является Т. Бенфей. В России ярким представителем данной школы был А. Н. Пыпин, впервые установивший и обосновавший связь русской словесной культуры с восточной и западной, написавший «Очерк литературной истории старинных повестей и сказок русских» [Пыпин, 1857.]. В. В. Стасов под влиянием концепции Т. Бенфея издал статью «Происхождение русских былин», где в целом усомнился в самобытности русской национальной культуры, чем вызвал резонанс среди ученых. Русский филолог, создатель *теории миграций* А. Н. Веселовский сводил метод заимствования к типологическому универсализму мирового культурного развития, вывел и обосновал положение о «встречных течениях», возникающих на основе сходства литературных и фольклорных произведений различных этносов, писал «Заимствование предполагает в воспринимающем не пустое место, а встречное течение, сходное направление мышления, аналогичные образы

фантазии. Теория «заимствования» вызывает, таким образом, теорию «основ» и обратно [Веселовский, 1939]. Фольклору посвящены его докторская диссертация «Славянские сказания о Соломоне и Китоврасе и западные легенды о Морольфе и Мерлине. Из истории литературного общения востока и запада» (1872 г.), серия статей «Опыты по истории развития христианской легенды», «Разыскания в области русского духовного стиха», «Южнорусские былины». Ученый поддерживает исторический метод изучения фольклора: «Возвращение к историческому взгляду при оценке явлений народно-литературной старины, – может быть признак времени, возвращение к реализму. Мы так долго витали в романтическом тумане праарийских мифов и верований, что с удовольствием спускаемся на землю» [Там же, с. 13]. Преобразование теории заимствования получило у представителей *историко-географического метода*, разработанного в трудах Ю. Крона, К. Крона и А. Аарне.

Историко-географический метод основан на систематическом анализе фольклорных текстов по историко-хронологическому принципу. В результате исследований, удалось доказать, что удаленность фольклорных сюжетов по содержанию и построению от первоисточника и их географическая удаленность напрямую взаимосвязаны. Проследив миграцию сюжетов в обратной последовательности, К. Крон полагал, что можно открыть первоисточник и конкретно его географическое и историческое местоположение. Эти наработки были использованы А. Аарне в труде «Указатель сказочных типов» (1910), а также Е.А. Авдеевой в «Сказка о старом и новом русском быте», В.Н. Андерсоном в «Роман Апулея и народная сказка» и «Император и аббат», Андреевым Н.П. в «Указатель сказочных сюжетов по системе Антти Аарне», «Русский фольклор» и т.д.

Принципы исторической школы фольклора, зародившейся в российских реалиях и являющейся одной из самых влиятельных в сфере фольклористики, базируются на положении о том, что фольклор неотделим от истории, окончательно сформировались в середине 90-х гг. XIX в. в

обобщающем труде «Исторические очерки русской народной словесности» Ф.И. Буслаевым [Буслаев, 1861]. Предпосылками к созданию данного научного направления выступают исследования К. Ф. Калайдовича, Л. Н. Майкова «О былинах Владимиров цикла», Н. П. Дашкевича «К вопросу о происхождении русских былин», М. Г. Халанского «Великорусские былины Киевского цикла» и др. Основные же принципы исторической школы сформулированы В. Ф. Миллером, например, в статьях «О сравнительном методе автора Происхождения русских былин В.В. Стасова» или «Взгляд на слово о Полку Игореве» и т.д., который утверждал, что именно былины, а не сказки (в противовес принципам мифологической школы) сохранили печать истории. При этом авторами этих былин, по его мнению, были конкретные потомственные сказители из господствующего класса. Главной задачей данной школы для исследований ставилось нахождение и установление исторических параллелей с сюжетами и персоналиями фольклорных произведений, в основном былин, однако оставался в стороне и совершенно не анализировался художественно-идейный их аспект. Так на основании того, что, являясь неотъемлемой частью культуры, фольклор реконструирует исторические события, отражает отношения к ним простого народа, выдвигались высокие требования к источникам, из которых ученые и исследователи черпают сведения и фольклорный материал, подчеркивалась необходимость анализа исторической эпохи этих источников.

Последователи данной школы продолжали собирать фольклорный материал, издавать, устанавливая историческую привязку к персоналиям и датам. На основе собранных сведений создавалась историческая география. Идеи исторической школы фольклора хоть и в трансформированном виде нашли отображение и развитие у исследователей фольклора второй половины XX века, как например, у С. Н. Азбелева в труде «Историзм былин и специфика фольклора» [Азбелев, 1982], так же считавший, что многие сюжеты былинного эпоса восходят к реальным фактам. Историко-

географические изыскания предшественников данного направления нашли так же отражение, например, в исследовании «Географическое распространение русских былин» С. И. Дмитриевой [Дмитриева, 1975].

Антропологическая или эволюционная школа фольклористики сформировалась в 60-е годы XIX века, однако в России не приобрела должного распространения. Основа данного научного направления заложена Э. Тайлором («Первобытная культура»), Г. Спенсером («Философия и религия. Природа и реальность религии»), А. Лангом («Мифология») и Д. Фрейзером («Миф об Адонисе»). Британский ученый Дж. Тайлор собрал и систематизировал материалы о жизни первобытных людей, выдвинул теорию саморождения сюжетов. Основными идеями антропологической школы мы выделим следующие: культура каждого этноса может быть рассмотрена изолировано, как и эволюция отдельных явлений этой культуры, универсальный исторический закон сводится к прогрессивному и единообразному развитию культуры от простых форм к цивилизации.

Этнопсихологическая школа, теория которой зародилась в США в 30-40-е годы XX века, также не имеет широко известных последователей в России, и в настоящее время ставится под сомнение мировым научным сообществом. Основателем и идеологом ее является психиатр А. Кардинер, который полагал, что квинтэссенция культуры любого народа заложена в психических особенностях личности. Последователями этой теории стали этнографы Р. Бенедикт, Р. Линтон, А. Халлоуэлл и др. Так Р. Бенедикт в исследовании «Конфигурации культуры в Северной Америке» писала, что культура народа есть «индивидуальная психология, отброшенная на большой экран, получившая гигантские пропорции и большую длительность по времени» [Бенедикт, 1932, с. 24]. В дальнейших ее работах (например, «Модели культуры» [Бенедикт, 2023]) развиваются идеи уникальности внутрикультурных элементов, дающие основания для исключительности различных цивилизаций и объединенные ей в понятие «этоса культуры»

К. Юнг разработал концепцию коллективного бессознательного, включая «коллективную память предков», и архетипов, динамика и символизм которых лежит в основе мифов и фольклора, исследовал фольклорные и мифологические мотивы как проявления в психике индивида. Главная его научная идея – интуитивное постижение личностью опыта предков. К. Юнг в труде «Архетип и символ» пишет, что «Повествование или ритуальное повторение священных текстов и церемоний и почитание этого образа (универсальный миф о герое) с помощью танцев, музыки, гимнов, молитв и жертвоприношений возбуждают и охватывают аудиторию возвышенными эмоциями (словно магическими чарами) и возвышают индивида до идентификации с героем» [Юнг, 1991].

В XX веке продолжается собирательская деятельность фольклора, фольклористика окончательно формулирует свои постулаты как научная дисциплина. Особое распространение получает *метод социологического изучения фольклора*, основанный на исследовании фольклора сообразно его контексту с установлением конкретных закономерностей функционирования и трансформации фольклора (Е. Гофман-Крайер, А. Ван Геннеп, П. Сентив, А. Мариню, отчасти К.В. Чистов, например, в работе «Литературно-художественная культура социалистической Сегежи»). Продолжает свое развитие мифологическая школа фольклора, трансформированная в неомифологическую, в основу которой легла концепция К. Юнга. Представители данного направления (Ж. Дюмезиль, Ш. Отран, Ф. Рэглан, Ян де Фрис, Р. Карпентер, Дж. Кэмпбелл) анализировали литературные сюжеты и образы на предмет заимствованных «архетипов» из древней мифологии, которую считали описанием и трактованием магического обряда как древней религии. Еще одним подходом к изучению фольклора стал магически-ритуалистический (С. Хаймен, Дж. Кэмпбелл, Г. Вейзингер), заложенный и обоснованный в трудах Дж. Фрезера и А. Лэнга, которые изучали ритуалы и народную обрядовую культуру, а также обособили положения ритуала и

мифа. Данный подход способствовал изучению ритуалов, верований и обрядов с точки зрения расшифровки их семантического поля.

Благодаря трудам К. Маркса и Ф. Энгельса, появляется *диалектико-материалистический подход* к изучению фольклора (А. Грамши, П. Лафарг, Ф. Меринг, К. Цеткин, российские ученые М. Горький, А. В. Луначарский, Г. В. Плеханов), основными идеями которого являются равноценность и соразмерность материального и идеального, а также анализ имманентных характеристик фольклора, способствующих его развитию и адаптации к внешним изменениям. Основным тезисом для разработки данного научного подхода стало высказывание В.И. Ленина, что «Во всякой сказке есть элементы действительности» [Ленин, Т.36, 1918, с. 19]. Мифология анализируется как мир первообразов и одновременно материя духовности, так как для наших предков она была объективной реальностью или истиной, впоследствии мифологическое мышление трансформировалось в современные формы, как то художественную, религиозную, научную и т.д. Данный подход в виде тем «фольклор и этнография», «фольклор и действительность» нашел отражение и в трудах В.Я. Проппа «Фольклор и действительность» [Пропп, 1976], в которой автор подробно анализирует специфику фольклора, принципы классификации его жанров и, что не менее важно, фольклор и действительность, методах его изучения и мн. др.; Б.Н. Путилова «Историко-фольклорный процесс и эстетика фольклора» [Путилов, 1975]; К.В. Чистова «Фольклористика и современность» [Чистов, 1962], Э.Е. Алексеева «Фольклор в контексте современной культуры» [Алексеев, 1988]. Так В.Я. Пропп писал, что «Фольклор, как и всякое искусство восходит к действительности. Даже самые фантастические образы фольклора имеют свою основу в реальной действительности. Материалистическая наука должна найти эти исторические основы фольклора» [Пропп, 1976, с. 115].

Особо выделяется советский период в развитии фольклористики, яркими фигурами которой является ряд ученых – этнографов, антропологов, лингвистов, фольклористов.

Так, Д. К. Зеленин (1878-1954 гг.) – русский и советский этнограф, фольклорист и диалектолог систематизировал восточнославянскую этнографию («Очерки славянской философии и истории культуры»), выпускал сборники сказок, например, «Великорусские сказки Пермской губернии» и «Великорусские сказки Вятской губернии»), занимался изучением русской мифологии («Очерки русской мифологии», «Очерки славянской мифологии» и т. д.) и мн. др. В предисловии к «Восточнославянской этнографии» фольклорист пишет: «В связи с экономическим упадком, вызванным войной и революцией, материальная культура восточных славян явно возвращалась к старым формам. Поэтому невозможно понять сущность современной русской деревни без знания традиционной культуры народа, описанной в этой книге» [Зеленин, 1991, с. 10]. Таким образом, с одной стороны, автор указывает на определенную тенденцию обращения к традиционной народной культуре в тяжелые для общества времена, а с другой – отмечает значимость этнографических исследований, которая утратилась в советское время.

Значительной фигурой в русской фольклористике является В.Я. Пропп (1895-1970 гг.) – советский ученый, филолог, фольклорист (один из самых известных на западе), разработавший структурную теорию народного сказа. Ученый внес огромный вклад в изучение народной культуры. Так же известными его работами являются «Фольклор и действительность» (собрание статей В. Я. Проппа), «Об историзме русского фольклора и методах его изучения», «Морфология сказки», «Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне)» и т.д. В данных трудах ученый определяет понятие жанров фольклора и их классификацию. В. Я. Пропп, рассматривая основные проблемы фольклористики, пишет: «Под фольклором понимается творчество социальных низов всех народов, на

какой бы ступени развития они ни находились», при социализме фольклор становится «народным достоянием в полном смысле этого слова» [Пропп, 1976, с.19–20], указывая на то, что изучением его поэтической составляющей в равной степени, но с разных ракурсов занимаются как фольклористика, так и литературоведение. Основными задачами фольклористики он отмечает: «исследование внутренней структуры произведений», изучение средств поэтического языка и стиля, изучение фольклора с позиций исторической фольклористики и этнографии, идейного содержания фольклора. «Фольклор творчески активен по самой своей природе и сущности, но творчество осуществляется на основе каких-то законов, а не произвольно, и задача науки и состоит в выяснении этих законов» [Там же, с. 30].

Выдающимся ученым является Б. Н. Путилов (1919–1997 гг.) – советский фольклорист, этнограф, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Музея этнографии и антропологии Петра Великого. Он являлся организатором этнографических экспедиций, собранные в них материалы были выпущены в сборниках «Песни гребенских казаков», «Исторические песни на Тереке» и исследованы в его научных статьях. Б. Н. Путилов анализировал, сравнивал южнорусскую и севернорусскую песенные традиции, указывая на большую сохранность фольклорных текстов последней в виду ее консервации и отрешённости от других регионов страны. Его авторству принадлежат многочисленные публикации, статьи, монографии, сборники и книги, такие как «Русский и южнославянский героический эпос: Сравнительно-типологическое исследование», «Героический эпос и действительность», «Методология сравнительно-исторического изучения фольклора», «Песни южных морей», «Эпическое сказительство: типология и этническая специфика», «Фольклор и народная культура». В труде «Фольклор и действительность» Б. Н. Путилов анализирует фольклор, в понятие которого вкладывает «всю вербальную традицию этноса» или «средоточие памяти» этноса, его (фольклора) место и роль в современном обществе, указывая «на сложность и неоднозначность»

данного феномена; разграничивает внутреннюю и внешнюю среду фольклора, выделяя субстанциональные его признаки: «вербальность, принадлежность устной традиции, специфические способы порождения и живого функционирования, а так же качество особо значимое <...> «включенность» или <...> «инклюзивность»»; выявляет и обосновывает сквозные идеи, образы, мотивы и темы, присущие обрядовым комплексам, а так же «песенные коды» и многое другое [Путилов, Фольклор и народная культура].

Весомый вклад в развитие русской фольклористики внес советский и российский фольклорист, руист, славист, доктор исторических наук, заслуженный деятель искусств РСФСР, автор многочисленных научных трудов В. Е. Гусев (1918–2002 гг.). Он обосновал идею сравнительного изучения славянских культур, реабилитировал научное наследие А. Н. Веселовского, реконструировал праславянский календарь. В теоретических очерках «Русская народная художественная культура» автор рассматривал место народной культуры в системе художественной культуры, ее признаки, функции и роль. Во введении к труду он отмечал, что «Если первобытная художественная культура – деятельность родоплеменной общины как относительно целостного социального организма, определяемая специфической производственной деятельностью этой общины и отражающая целостное, синкретическое мифологизированное сознание социума, то народная культура в классовом обществе развивается как творческая деятельность определённых социальных групп и классов, является прежде всего духовным творчеством людей, занятых материальным производством (хотя и не ограничивается последним)» [Гусев, 1993, с. 7]. Так же им выпущены книги по фольклору «Проблемы фольклора в истории эстетики», «Эстетика фольклора», «Русский фольклорный театр XVIII – начала XX в.», «Русские народные песни Южного Урала», «Истоки русского народного театра» и др., а также многочисленные статьи, посвященные

календарно-обрядовым традициям и обычаям, художественному методу в народной поэзии, проблемам этнографии и т. д.

При этом развитие советской фольклористики было неоднородным. Середину XX века можно охарактеризовать как «смутное время» в виду идеологического давления со стороны политических кругов на научную мысль, а также ориентации на создание массового поэтического творчества на основе фольклора. Большое значение в данном направлении оказала активная деятельность Н. П. Леонтьева, который на основании наблюдений за носителями традиции выработал алгоритм создания эпического произведения. Согласно предложенной схеме, в которой роль цензора и редактора отводилась собирателю фольклора или другому человеку, не имеющему непосредственного отношения к традиции, но дающего нужные идеологические и художественно-творческие установки, предлагалось работать с народными сказителями, внося коррективы в их творчество. Тем самым создавались новые, идеологически правильные формы фольклора. По поводу появления таких новых форм фольклора член-корреспондент Российской Академии наук, главный научный сотрудник Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого, доктор исторических наук, профессор, ученик М. К. Азадовского К. В. Чистов (1919-2007 гг.) писал: «Совершенно естественно, что будущее принесет еще больше произведений, о которых будет еще труднее, чем теперь, сказать, «литературны» или «фольклорны» они по своей природе», в чем он видел слияние этих двух пластов в единую науку «о литературном творчестве и литературной жизни советского народа, о творчестве профессиональном и самодеятельном <....>» [Чистов, 1954, с. 109]. К. В. Чистов внес значительный вклад в развитие отечественной фольклористики и этнографии. Уже в ранних исследованиях ученого интересовали социальная психология русского крестьянства, социально-утопические легенды. Так, К.В. Чистов в своей Монографии «Русские народные социально-утопические легенды XVII – XIX вв.», впоследствии отразившейся в его докторской диссертации, впервые

описывает, классифицирует жанр социально-утопической легенды. Им (в том числе и в фундаментальной монографии «Народные традиции и фольклор. Очерки теории» 1986 г. [Там же, с. 109.]) формулируются вопросы о классификации сказочной прозы, пропагандируется внедрение картографического метода в изучение фольклора, разрабатываются проблемы вариативности и типологии устной культуры [Чеснов, 2014.], понимание ее значимости для культуры каждого периода, выявление закономерностей развития и адаптации к конкретным культурно-историческим реалиям.

Современное изучение народной культуры, народной музыкальной культуры осложняется длительностью существования этих феноменов, наличием региональных разновидностей, на которых в большей степени сосредоточено исследовательское внимание ученых, сложностью и многоаспектностью функционирования в рамках современной культуры. Еще в 2004 г. в исследовании «Народная музыкальная культура: состояние и тенденции развития» Б. В. Седухин отмечает, что «народная музыкальная культура чаще всего лишь косвенно является объектом научного исследования. Однако народная музыкальная культура не являлась предметом самостоятельного исследования как явление самодостаточное в культурологическом понимании» [Седухин, 2004, с. 3]. Мало что изменилось с тех пор. Стоит отметить сохранившуюся тенденцию изучения региональных аспектов народной музыки в искусствоведческих и культурологических работах (например, Н. П. Треуголова «Песенные исполнительские традиции в контексте мордовской народной музыкальной культуры», С. В. Березюк «Музыкальная фольклорная культура коренных малочисленных народов Сибири и современная информационная среда» и другие многочисленные работы, размещенные на информационном ресурсе Российской государственной библиотеки). Именно Б. В. Седухиным рассматривается деятельность музыкальных коллективов в рамках художественной самодеятельности как массовой и институционально

организованной формы народной культуры. При этом автор указывается, что «преемственность народных традиций в художественном процессе практически оказалась на заднем плане» [Седухин, 2004, с. 16]. Анализируя этапы становления этномузыкальных коллективов Б. В. Седухин выделяет период 20-30 гг. как период становления массового коллективного творчества (прежде всего, хорового); период 40-50 гг., связанный с изменением содержательной стороны деятельности таких коллективов в сторону стилизации под фольклор, и, в дальнейшем, целенаправленное создание детских этномузыкальных коллективов при образовательных учреждениях и учреждениях культуры. При этом из исследовательского поля не ушли вопросы, связанные с трансформацией народной музыкальной традиции в части сокращения среды бытования народной музыкальной культуры, изменения способов ее передачи, художественных образов, отказа от традиционных музыкальных инструментов. Мы согласны с Б. В. Седухиным в отношении опасений за судьбу музыкального фольклора и с тем, что «трансформацию народной музыкальной культуры следует понимать как <...> адаптацию к современным условиям жизни общества с целью сохранения основных этнических ценностей для грядущего духовного жизнеобеспечения. <...> Одновременно, народная музыкальная культура <...> сама актуализирует эту новизну в жизненном обиходе» [Седухин, 2004, с. 21]. Более того, указанным автором предлагаются механизмы актуализации музыкального фольклора, среди которых он выделяет социальные инфраструктуры, направленные на его жизнеобеспечение, праздничные формы культуры. Среди механизмов актуализации музыкального фольклора в исследовании Е. А. Каминской выделяются: профессиональная культура, образовательные институты, художественная самодеятельность, массмедиа [Каминская, 2016]. В то же время рассмотрение деятельности этномузыкальных коллективов, конкретных механизмов

актуализации фольклора в их рамках, остаются за пределами обозначенных исследований.

1.2. Культурно-исторические интерпретации и реинтерпретации фольклора в этномузыкальных коллективах

Деятельность этномузыкальных коллективов напрямую связана с интерпретацией и реинтерпретацией фольклора в различных его ипостасях, т. е. с таким явлением в художественной культуре как фольклоризм. Фольклоризм (термин, введенный П. Себийо) означает любое использование элементов фольклора в рамках художественной культуры (в авторском творчестве, прежде всего), а также изменение условий его бытования и функционирования. Еще в конце 90-х гг. XX в. И. И. Земцовский писал: «весь мир пульсирует вторичной традицией» [Земцовский, 1989], подчеркивая значимость фольклоризма для культуры. Под термином «интерпретация» понимается творческое исполнение какого-либо художественного произведения, основанное на самостоятельном толковании [Словарь иностранных слов. Под ред. И.В. Лехина, и др., 1964, с. 260]. Под термином «реинтерпретация» понимается первичная художественная деятельность, включающая обновление устоявшихся норм, эталонов, создание такой художественной системы, в которой «продукт художественной деятельности выступает как элемент» [Волкова]. Реинтерпретация в философской и культурологической мысли в большей степени связана с переосмыслением явления [Татарский, 2010], в том числе переосмыслением его интерпретаций. Реинтерпретация отличается от интерпретации и степенью изменения фольклорного материала.

В рамках интерпретации и реинтерпретации фольклора в любительском, самодеятельном и профессиональном творчестве происходит его трансформация по законам сценического искусства, свободная комбинация фольклорных элементов, использование приемов объединения и

синтезирования разных музыкальных стилей, различных этнических и классических инструментов, а также применение достижений технического прогресса в музыкально-звуковой и акустической индустрии, т.е., по сути, его интерпретация и реинтерпретация. Стоит отметить, что ни в рамках культурологии, ни в рамках искусствоведения нет строго разработанного терминологического аппарата бытования фольклора в современности. В исследовании, проведенном А. Е. Гурченко, обозначено, что в предметное поле фольклоризма включают адаптацию, актуализацию, возрождение, воплощение, воспроизведение, воссоздание, интерпретацию, модификацию, освоение, отражение, переосмысление, преобразование, претворение, реализацию, реконструкцию, реставрацию, репродуцирование, транскрипцию, трансформацию и мн. др. [Гурченко, 2023, с. 40]. Именно поэтому считаем важным уточнить, что в рамках данного исследования будут использоваться термины интерпретация и реинтерпретация в указанных ранее значениях.

Изучением фольклоризма в художественной культуре занимались различные исследователи. В музыкальном искусстве стоит выделить базовые труды Г. Л. Головинского [Головинский, 1981] и И. И. Земцовского [Земцовский, 1978]. Исследователи выявляют способы работы композитора с фольклорным материалом:

- прямое цитирование, т. е. использование первоисточника в подлинном виде;
- косвенное цитирование, т. е. творческое преломление первоисточника в соответствии с замыслом композитора;
- стилизацию под фольклорный источник, т. е. использование средств художественной выразительности, свойственных фольклору.

В зависимости от способов *обращения к фольклору* этномузыкальные коллективы можно классифицировать следующим образом:

- коллективы, основывающие свое творчество на традиционном музыкальном материале. Целью их деятельности выступает сохранение фольклора, его минимальные трансформации, связанные с изменившимися социокультурными условиями. Интерпретация фольклора чаще связана со сценическим вариантом исполнения, с количественным составом коллектива;
- коллективы, работающие на основе стилизованных вариантов фольклорных материалов. Целью деятельности данных коллективов становится воссоздание общего национального или этнического колорита, нахождение компромисса между сохранением фольклорных образцов, их реинтерпретацией (переосмыслением в заданных творческих рамках) и коммерческой составляющей. Интерпретация фольклора связана со сценическими условиями исполнения, его реинтерпретация основана на использовании стилизованных образцов, привнесении в них существенных изменений;
- коллективы, в которых фольклорные звучания выступают основаниями создания оригинальной современной музыки, сохраняющей в то же время и отсылки к фольклорным источникам, включая т. н. неофольклорные проекты, основанные на использовании элементов фольклора и синтезировании его с современными музыкальными течениями. Цель деятельности таких коллективов – творческое самовыражение, без стремления к сохранению фольклорного первоисточника. Чаще всего они используют именно реинтерпретацию фольклора, т.е. вычленение из всего его корпуса наиболее ярких элементов (напр., традиционные инструменты, характерные приемы народного исполнительства, специфические ладогармонические структуры, языковые элементы и пр.) и их сочетание с современными музыкальными стилями и направлениями.

При этом, конечно же, стоит учитывать, что деятельность того или иного коллектива не всегда укладывается в рамки той или иной классификации, определяемые конкретным способом обращения с традиционным фольклорным первоисточником. Только т. н. фольклорно-этнографические коллективы (фольклорные коллективы, этнографические коллективы), которые исполняют аутентичный фольклор в максимально подлинном виде, можно смело отнести к первой группе. Деятельность же других этномузыкальных коллективов часто основывается и на подлинном материале, и на его стилизации, в зависимости от авторского замысла и реализуемой концертной программы.

Для более глубокого понимания деятельности этномузыкальных коллективов кратко остановимся на том, что относится к традиционному музыкальному материалу, что можно считать стилизацией под фольклор, и как фольклор используется в рамках современных направлений музыкальной культуры, основанных на фольклорных элементах. Для этого представляется важным определить, какие же специфические средства художественной выразительности способствуют, с одной стороны, творческой свободе самовыражения этномузыкального коллектива, с другой – созданию определенной атмосферы, в которую погружается слушатель, ассоциирующуюся именно с традицией. Подробнее остановимся на каждом выразительном средстве для понимания механизмов, способствующих актуализации фольклора.

Образная система. Так как жизнь наших предков зависела от природы, то, естественно, что в художественно-образной системе фольклора они находили яркое воплощение. На обращении к силам природы основана языческая вера древних племен и народов, в том числе и славян. Существуют отдельные жанры фольклора, посвященные сугубо этой тематике, например, заклички весны (в славянской, финно-угорской и других культурах), всевозможные заклинания сил природы, композиции – обращения к духам природы, которые свойственны, например, для африканской, тувинской,

удмуртской традиций. Образы природы послужили основой для создания поэтического (как персонифицированного, так и неперсонифицированного) параллелизма (девушка – березка, жених – селезень, рябина – часто, вдова и т.д.) в других жанрах фольклора, таких как хороводные, лирические песни (в т. ч. свадебные лирические, где этот прием наиболее распространен) и других фольклорных формах. В изделиях декоративно-прикладного творчества также встречаются образы природы (полевик – дух поля, воплощенный в народной игрушке, растительные орнаменты хохломской росписи и гжели, природные элементы-символы, сохранившиеся в традиционной вышивке и т.д.).

Фольклорный материал, в том числе тот, который апеллирует к образам природы, использует различные средства выразительности, такие как персонификация (наделение неодушевленного объекта или предмета человеческими качествами или характеристиками: тесто ходит, свирель поет и пр.), антропоморфизм, олицетворение (в буквальном смысле неодушевленные предметы становятся живыми), аллегория (использование устойчивого запоминающегося образа или сюжета для иносказательного выражения); сравнение, устойчивые (характерные для той или иной традиции) эпитеты, фразеологизмы, образные выражения, словесные приемы (например, устойчивые эпитеты и художественно-поэтический параллелизм в свадебной песне Московской области «Черные кудри» [Киреевский, 1986, с. 62–63]; устойчивые эпитеты в игровой песне Смоленской области «Сидел наш Яшенька» [Иванов-Балин, 1988, с. 198]; традиционные образные словесные приемы в болгарской народной песне «Йовано, Йованке» [Текст песни «Йовано, Йованку»]).

Используются в песнях устойчивые эпитеты: мать – сыра земля, зеленая дубравушка, конь вороной, чисто поле, дубовый стол, черный ворон, красная девка, трава-мурава, степь широкая и мн.др. В каждой национальной традиции в связи с особенностями менталитета, природных условий жизни, эти эпитеты разные и употребляются в большей или меньшей степени.

С образами природы, которые вводятся в тексты песен в зависимости от географического региона бытования, ландшафта, распространения определенных видов животных и растений, сопоставляется человек, его внешние характеристики поведенческие установки, состояния и душевные переживания. Например, в поэтических текстах русского музыкального фольклора образ березы является олицетворением девушки и, чаще, – девушки-невесты. В русской традиции Западного, Южного и Центрального регионов женская походка сравнивается с движениями павы, а в Северных регионах женщина сравнивается с ланью (например, в хороводной песне Московской области «То не гусельки рокочут» [Руднева, 1964, с. 15]; в хороводной песне Смоленской области «Как у наших у ворот»).

На основе художественного параллелизма и олицетворения формируется символика фольклора. Символы зашифрованы как своеобразный код: например, черный ворон и ракитовый куст – символы смерти (см., например, трагическая символика в песне донских казаков «Черный ворон, друг ты мой залетнай» [Текст песни «Черный ворон»]), коса – традиционный русский символ девичества, невинности, ягоды – символ женского начала, горькие травы – символы болезни (см., например, символику в плясовой песне Белгородской области «Сухотушка, сухота» [Текст песни «Сухотушка, сухота»] (подробнее об этом можно посмотреть, например: «К семантике фитонимических символов в фольклорных текстах (на материале песенной традиции Карагайского района Пермской области)» Н.Ю. Копытов [Копытов, 2005]; «Фольклорные символы как источник символизации у татар (на материале орнитоморфной и цветовой символики)» Н.М. Юсупова [Юсупова, 2016]; «Языковая символика в русском фольклоре» И.И. Гирчак [Гирчак, 2016] и др.).

Так как народная песня, как музыкальный жанр фольклора, представляет собой эмоционально-интонационный рассказ, часто содержащий некое послание, поучение молодому поколению, то, в особенности в эпических жанрах, можно наблюдать характерное деление

этого текста на части: вступление, общая часть, повествующая об определенных событиях, и заключение, нередко содержащее какой-либо вывод или мораль.

Для первой части (вступления или зачина) характерно ступенчатое сужение образа. Оно часто использовалось, например, в былинах и балладах, сказах и духовных стихах. Ступенчатое сужение образа представляет собой движение поэтической мысли от общего к частному-конкретному или от множества к единичному (например, ступенчатое сужение образа в хороводной песне Московской губернии «Дорожка, дорожка, торна широка» [Киреевский, 1998, с. 37]).

Для фольклорной традиции характерно использование эмоционально-экспрессивной речи с определенными оттенками чувств, применение слов с оттеночным характером и уменьшительно-ласкательными суффиксами (например, в болгарской народной песне «Йовано, Йованке» [Текст песни «Йовано, Йованке»], игровой песне Смоленской области «Сидел наш Яшенька» [Иванов-Балин, 1998, с. 198]; плясовой песне Белгородской области «Сухотушка» [Текст песни «Сухотушка, сухота»]).

Часто встречаются фонемные подмены гласных («брови мои черныя» или «в нас на вулицу» и т.д.), огласовки согласных («шел(ы)ковая ды мятелочка, зылатая б(ы)лесточка»), наличие большого количества междометий типа «ой, да», «ай, да», «люба»; вставных конструкций (рефренов) – ле-ли, яли-ляли, ладо-ладо и т.п. В каждой национальной культуре есть подобные конструкции для обозначения рефрена или повтора.

Особенностью фольклорных текстов является также многократные повторы, цепная форма организации строфы (например, цепная организация строф в игровой песне Смоленской области «Сидел наш Яшенька» [Иванов-Балин, 1998, с. 198] и плясовой песне Белгородской области «Сухотушка» [Текст песни «Сухотушка, сухота»]).

К выразительным средствам языка фольклора стоит отнести и фоносемантические средства (воздействие отдельных звуков на слушателя

[Шетухина, 2014]), особенности построения стихотворных текстов (тоническая структура, характерная для эпических жанров, в большей степени ассоциируется с фольклором, чем иные формы стихосложения).

Такая достаточно подробная, возможно, даже слишком, характеристика выразительных возможностей *поэтического* языка фольклорных текстов необходима была для дальнейшего анализа текстов произведений, исполняемых этномузыкальными коллективами, и доказательства гипотезы о том, что использование устоявшихся образов, средств художественной выразительности, свойственных народной культуре, позволяющих идентифицировать материал как традиционный, делает этномузыкальные коллективы проекты узнаваемыми, а их деятельность – успешной. Именно в поэтическом языке сохранились образные или шире – образно-символические представления, обращаясь к которым этномузыкальные коллективы, независимо от того используют ли они традиционные или авторские стилизованные тексты, вызывают у публики стойкие ассоциации с тем, что данный материал является традиционным (См. *Приложение 1. Данные опроса аудитории*).

Проанализируем *музыкальный язык* фольклора.

Одним из средств музыкальной выразительности, активно применяемым в произведениях, исполняемых этномузыкальными коллективами, являются *традиционные национальные инструменты*, благодаря которым подчеркивается тембральный колорит музыки и «концепт-образ» определенной традиционной культуры [Дрожжина, 2017, с. 63-69]. К русским традиционным инструментам относятся: ударные, включая ложки, трещотки, колокола, барабанка, бубен, рубель, било; духовые – волынки, жалейки, калюки, кугиклы, рожки, свирели и т. д.; струнные – балалайка, домра, колесная лира, гудок; позднее гармонь. Музыкальные инструменты для наших предков были одушевленными предметами со своим характером. Д. Варламов писал, что предметы и явления, которые носили созидательный характер в деятельности человека, приобретали социальный

статус и выполняли определенные функции в системе общественных отношений [Варламов, 2005, с. 95].

Коллективы, использующие традиционный фольклорный материал, чаще всего применяют инструменты, бытующие в той или иной местности. В рамках деятельности этномузыкальных коллективов, работающих на основе стилизованных вариантов фольклорных материалов, и коллективов, в которых фольклорные звучания выступают основаниями создания оригинальной современной музыки, включая т.н. неофольклорные проекты, основанные на использовании элементов фольклора и синтезировании его с современными музыкальными течениями, достаточно часто применяются различные по своей этнической принадлежности народные инструменты. Перечислим самые известные из других национальных инструментов: варган (присутствует, практически, в музыкальной культуре каждой народности: гопуз – туркменский, кубыз – башкирский, татарский, х(к)омус – якутский, алтайский духовой музыкальный инструмент и т.д.); диджериду (австралийский духовой инструмент), ситар (южная Азия; щипковый), калимба (Африка; ударный), зурна и басури (Индия; духовые), дудук (Грузия, Армения; духовой) и т.д. Народные инструменты отличаются своим колоритом, в разных регионах нашей страны и мирового музыкального пространства хоть и встречаются похожие по внешним данным и по характеру звукоизвлечения инструменты, однако наименования и тембры (само звучание) у каждого достаточно своеобразны и неповторимы. Например, в композициях «Zventa Sventana» в музыкальном аккомпанементе используются балалайка, калюки, колесная лира; фольклорный ансамбль «Переполах» включает инструментальную группу, состоящую из балалайки, баяна (иногда гармоники), ручного барабана (прототипом которого является «бугай») и других ударных (трещотки, бубен, ложки).

С музыкальной точки зрения композиции выделяются своим своеобразным звучанием. Прежде всего, за счет *мелодических особенностей* произведений фольклора, как, например, обращения к традиционным

попевкам, на основе которых строится мелодическая линия, или, в некоторых случаях, связанным с национальными особенностями ладам народной музыки, а также ее ритмической организации (например, пентатоника как ладовая основа в удмуртских песнях «Гогич анналэн гурез» и «Педочейлэн гурез»).

Мелодия фольклорных песен во всех национальных культурах берет свое начало от интонации слова. Прослеживается четкая взаимосвязь мелодии и словесной организации в ритмических структурах. Есть устойчивые мелоформулы, которые являются постоянными для определенного жанра песен, а также общерегиональные мелодические обороты. Так распространены являются трихордовые попевки (звукоряд из трех звуков в объеме терции или кварты), например, б2+м3 (большая секунда, затем малая терция), характерные для западнорусского стиля (например, мелодический склад в виде трихордовой попевки в троичной песне Белгородской области «На Гряной неделе»), для удмуртской традиции, где в музыке отсутствуют полутоны, трихорд включает большую секунду и большую терцию. В русской песенной традиции активно используется музыкальный оборот в виде скачка на кварту или квинту с последующим нисходящим заполнением. Скачок трактуется как призыв к действию в артельных песнях (например, скачки на ч5 в хоровой части революционной песни Кировской области «Эх, дубинушка, ухнем») или как запевные строки, после которых следует многоголосная общая часть и т. д. (например, веснянка Белгородской области «Благослави, мати»). В лирических песнях часто встречаются скачки на сексту также с последующим нисходящим движением как воплощение более широкой мелодической развернутости, которое отражает сильную эмоцию, чаще всего связанную с любовными переживаниями или выражением лирико-патриотических чувств (например, старинная лирическая песня «Ой, ты степь широкая»). Как правило, небольшие попевки («мелодические ячейки» – М. Енговатова, Б. Ефименкова, «мелодические звенья» – В. Щуров) сцепляются друг с

другом, образуя единую мелодическую линию песни. Плавное движение мелодии, «заполнение» скачков, отчетливо выраженные устои в попевах, фразах и музыкальных строфах – отличительные особенности развития мелодии русских народных песен.

Стоит отметить, что для русских народных песен в целом характерна диатоника, о чем писал еще Ф. А. Рубцов в исследовании «Основы ладового строения русских народных песен» [Рубцов, 1964]. При этом необходимо учитывать, что *лады* крестьянских народных песен отличались от мажорно-минорной музыкальной системы, могли представлять собой терцовые лады (как бесполутоновые, так и с полутонами), трихорды, пентахорды, гексахорды, диатонические семиступенные лады. Такое интонационно-ладовое разнообразие может объясняться и временем происхождения народной песни (некоторые ученые считают, что узкие диапазоны характерны для более древних песен), и ее функциональностью (большинство колыбельных написано в терцовых ладах; детские песни исполнялись в примарной зоне в диапазоне кварты – квинты и т.д.), и, конечно же, смысловой выразительностью, позволяющей раскрыть содержательную и смысловую сторону произведения.

В музыкальном фольклоре обнаруживают себя специфические ладогармонические структуры, по которым можно четко идентифицировать этническую принадлежность. Примером, в данном случае, могут выступать некрасовские казаки, в мелодике которых наблюдается влияние восточной этнической группы (например, лирическая песня Иркутской области «Досада моя»). Благодаря этому слиянию культур в произведениях некрасовских казаков можно встретить заимствование слов из турецкой лексики и, что самое важное, построение мелодической партии и многоголосья в дважды гармоническом миноре (IV и VII ступени повышаются) и фригийском миноре (понижение II ступени). Дважды гармонический минор часто называют цыганской гаммой, потому что он является ладом, свойственным для цыганской и молдавской музыки. Такой звукоряд, как пентатоника, как

мажорного, так и минорного наклонения, состоящий из пяти ступеней, свойственен для удмуртской, татарской, африканской музыки (например, удмуртские песни «Педочейлэн гурез» и «Гогич анналэн гурез»). Также используются переменные лады, когда чередуются между собой минорное и мажорное наклонение (например, лирическая песня Иркутской области «Досада моя»).

Коллективность воспроизведения народной музыки наложила отпечаток на особенности *фактуры* музыкальных произведений. Достаточно распространено многоголосное исполнение, которое чаще всего представлено ленточным (терцовое многоголосье, реже наличие квартовых созвучий) и гетерофонным (бурдонный тип многоголосья) складом или их сочетанием (например, бурдонный тип многоголосья в троицкой песне Брянской области «На Гряной неделе»; терцовое многоголосье в солдатской песне Белгородской области «Ой ты, зимушка-зима»). В казачьей традиции характерной чертой является наличие дишканта, исполняющего в открытой манере высокую партию, являющуюся второй или частичной второй басовой (или низкой альтовой) партией (например, походная песня кубанских и терских казаков «Полно вам, снежочки»).

Этномузыкальные коллективы отличает от других видов вокального и ансамблевого творчества *народная манера пения*: в разных национальных и региональных локусах она обладает своей спецификой, построенной на основе местных традиций, обладая в то же время общими свойствами, присущими народной манере: речевая позиция, открытый («полетный») звук, использование преимущественно грудного резонирования, специфические приемы народного исполнительства (спады, «гуканье», глиссандо, наличие или отсутствие мелизматике и пр.). Своеобразие исполнительской манеры может стать «изюминкой» проекта, привлекающей своей выразительностью и необычностью, особенно на фоне достаточно стандартизированной поп-музыки. При этом коллективы, основывающие свое творчество на исполнении традиционного музыкального материала, часто применяют так

называемую «этнографическую» манеру пения, используя пение не просто открытым звуком, а именно «белым (плоским) звуком» (т.е. звуком с полностью опущенным мягким нёбом и поднятой гортанью), в то время как коллективы, работающие на основе стилизованных вариантов фольклорных материалов, и коллективы, использующие элементы фольклора и его синтез с современными музыкальными течениями, пользуются либо народной (с более округленным звуком), либо эстрадной манерой пения.

Региональные разновидности народной манеры пения связаны с природными условиями. На севере, причем как в русских, так и в других этнических группах (например, у чукчей), преобладает прикрытая (округленная) манера пения в связи с тем, что пели в помещении, так как суровый климат не располагает пению на открытом пространстве. В помещениях не требуется такая полётность звука, как на улице, звучность открытой манеры. Регионы же, где климат более теплый: Запад, Юг России, центральные ее регионы, – предполагают открытую манеру пения, характеризующуюся чаще всего грудным резонированием или употреблением головных призвуков, но ярко тембрально насыщенными.

Описанные музыкально-поэтические особенности принципиально важны для деятельности этномузыкальных коллективов. Знание специфики фольклорного материала и манеры его исполнения учитывается и закладывается в содержание такой деятельности, а также определяет технологические алгоритмы ее осуществления. Коллективы, основывающие свое творчество на традиционном музыкальном материале, максимально учитывают все характеристики фольклора, наиболее полно следуют традиции, в том числе в ее локальных проявлениях.

Коллективы, работающие на основе стилизованных вариантов фольклорных материалов, в своей деятельности ориентируются на традицию, выбирая из нее те элементы, которые максимально соответствуют творческой задумке автора произведения или самих участников.

Коллективы, в которых фольклорные звучания выступают основаниями создания оригинальной современной музыки, сохраняющей в то же время и отсылки к фольклорным источникам, включая т.н. неофольклорные проекты, использующие элементы фольклора и его синтез с современными музыкальными течениями, часто исполняют т.н. «этническую музыку».

Этническая музыка – достаточно широкое и разноплановое музыкальное явление, которое вбирает в себя все виды и формы современных обращений и творческих переработок фольклора. Понятие «этническая музыка» имеет английское происхождение и вошло в западный обиход в 60-х гг. XX в., когда в Европе стала популяризироваться музыка из других частей света и усилились процессы межкультурного обмена, благодаря этномузыкологу Роберту Э. Браун. В последние годы чаще всего наименование «этническая музыка» трактуется как современное переосмысление фольклорных традиций. Также понятие «этническая музыка» близко понятию «world music», которое получило распространение в 1980-х годах и определяется как «местная музыка извне». «Как и другие течения современной музыки, world music – это проявление интереса к культуре разных народов мира, одна из новых форм музыкального фольклоризма» [Жуланова, 2010, с. 219], отличающееся стремлением к использованию всего многообразия национальной музыки в творческом преломлении автора в соответствии с тем или иным музыкальным стилем. Начиная с 80-х гг. XX в. это направление активно завоевывает позиции в мировой музыкальной культуре. Однако термин «world music» в связи с прямым переводом как «музыка мира» является слишком широким, всеобъемлющим понятием, часто воспринимаемым как музыка, отличная от современных западных направлений и течений музыки, поэтому в рамках работы мы будем использовать термин «этническая музыка».

В российской науке и культуре встречаются термины «этническая музыка» и «этника», которые часто взаимозаменяются, т.е. используются как

синонимы. В отношении же самого явления современных реинтерпретаций фольклора в рамках массовой культуры, его природы и музыкально-содержательного состава в данной работе будет употребляться термин «этническая музыка» как более точно обоснованный. *Этническая музыка – одно из направлений в современной культуре, характеризующееся опорой на фольклорные источники в художественных образах, тематике, музыкальных и поэтических выразительных средствах, которые реинтерпретируются в рамках современных течений и стилей массовой музыкальной культуры.*

Обращаясь к научным исследованиям феномена этнической музыки, в том числе работам А. И. Демченко, М. И. Имханицкого, А. А. Михайловой, Е. А. Каминской, А. С. Каргина, О. И. Кулапиной, М. В. Медведевой и других, а также анализируя музыкальные материалы, мы пришли к выводу, что характерной чертой этнической музыки является использование средств художественной выразительности, присущих фольклору. В поэтическом языке это:

- олицетворение (антропоморфизм), персонификация природных явлений, предметов обихода;
- синтаксические приемы: ступенчатое сужение образа, выделение единственного из множественного;
- эмоционально-экспрессивная речь, с использованием слов с суффиксами, передающими оттенки чувств по отношению к объекту или ситуации.

В музыкальном языке:

- традиционные народные инструменты, характерные для конкретных регионов и национальностей, в основном относящиеся либо к ударной, либо к струнно-щипковой (иногда – струнной ударной), либо к духовой группе;
- интонации плача, возгласа, характерные трихордовые и тетрахордовые попевок, скачки с заполнением и пр. в мелодической линии;

- особая ладовая система народной музыки;
- традиционная фольклорная манера звукоизвлечения и исполнения.

Все эти черты, слитые в единый комплекс художественно-выразительных средств, в обыденном сознании идентифицируются как традиционный музыкальный материал. «Причина этого – в наличии стилевых стереотипов» [Открытый текст], позволяющих считать творчество коллектива как деятельность по сохранению и актуализации фольклора.

Для понимания специфики такой деятельности этномузыкальных коллективов важно показать культурно-исторические трансформации этнической музыки. Условием для ее формирования в рамках массовой культуры стало молодежное фольклорное движение, когда музыканты стали искать новые средства выразительности и источники вдохновения. Вероятным фактором активного развития этнической музыки можно считать то, что она стала перспективным направлением с точки зрения музыкального маркетинга и продвижения в музыкальной индустрии. Начиная с 1960-х гг. в мировом пространстве, действительно, наблюдается массовый интерес ко всему национальному. Этот интерес объясняется социокультурной ситуацией того времени, связанной со стремлением к подчеркиванию приверженности традиции в ответ на глобализационные явления. Такие обращения к традиции в культуре прослеживаются на протяжении достаточно долгого периода, особенно ярко проявляют себя, начиная с XV в. Как видно из исторического опыта, обращение к национальной культуре и традициям всегда обусловлено социокультурной ситуацией. Ведь фундаментом, «инстинктом» культуры выступает именно традиция [Селицкий, 2005, с. 110–111], которая связывает поколения. Примером этому служит всплеск интереса к народной культуре (в том числе и музыкальному фольклору) в самые тяжелые для нашего социума времена (революция, вторая мировая война и т. д.). В то же время стоит отметить, что не только социальные катастрофы приводят к народной культуре как основанию идентичности социума. Это связано и с внутренней

логикой развития самой культуры, ищущей незыблемые устои для своего развития. Так активная пропаганда европейской культуры в РФ в XVI–XVIII вв. привела к созданию национальной композиторской школы, деятельности т.н. «могучей кучки», опирающейся в своем музыкальном творчестве на фольклорные традиции, к активному использованию фольклорных элементов в творчестве художников-передвижников, формированию «истинно народной» литературы в творчестве отечественных писателей – сентименталистов и романтиков.

Интерес к фольклору, активно проявившийся в XIX в., несколько спал в первой половине XX в. под влиянием социокультурных процессов, происходивших в то время. Противоречивое положение официальных источников, декларировавших пропаганду фольклора, и реалий, в которых фольклор активно заменялся образцами социалистического реализма, привело к искажению образа фольклора в сознании граждан (см. подробнее «XX век: Молодежное фольклорное движение. Краткий обзор истории становления и тенденций развития» Н.И. Жулановой [Жуланова, 1999], «Фольклорное движение как культурный феномен второй половины XX века» Е. Д. Андреевой [Андреева, 2013]). И, как следствие из этих процессов, в отечественной культуре возникает «молодежное фольклорное движение». Как пишет Н. И. Жуланова, появление молодежных фольклорных ансамблей связано и с демографическими процессами 50-х-60-х гг., когда началась миграция сельского населения в город, а также с содействием со стороны различных систем развитию отечественной музыкальной фольклористики [Там же, с. 107–133]. Стоит отметить, что всплеск интереса к фольклору во второй половине XX в. носил интернациональный характер, так как помимо факторов, способствующих пробуждению такого интереса в каждой стране, в мире происходили общие процессы, связанные с восстановлением экономики и культуры после второй мировой войны.

Молодежное фольклорное движение в России, начавшееся в 60-е гг. XX в., отвечало «потребности поиска этнической идентичности в период,

когда в соответствии с советской идеологией завершился процесс формирования новой наднациональной социальной и интернациональной общности советского народа» [Рудиченко, 2010, с. 3]. Изначально оно формировалось в среде художественной самодеятельности. Основываются многочисленные хоры и ансамбли, стилизованные «под фольклор», но чаще не имеющие привязки ни к какому региональному русскому фольклорному стилю. При этом репертуар подобных коллективов состоял как из народных песен, так и из авторских произведений для народного голоса. Также обходится вниманием приуроченность фольклорных произведений к каким-либо календарно-обрядовым или социально-семейным традициям, что отсекает данное явление от главного предназначения фольклора в жизни наших предков. Как форма музыкальной культуры, народная песня в обработках / аранжировках звучащая на эстраде является эстетически наполненной и совершенно обосновано популярной среди определенной целевой аудитории, однако нередко косвенно относящейся к музыкальной фольклорной традиции.

Далее (в 70-80-х гг. XX в.) происходит более глубокое проникновение фольклора в отечественную музыкальную культуру, которое проявляется сразу на нескольких уровнях: активизация деятельности по собиранию и изучению фольклора (развитие фольклористики и этномузыкологии); активное развитие этномузыкальных коллективов; появление образовательных учреждений, где стала изучаться народно-песенная традиция, и многое другое. На базе учебных заведений создаются этномузыкальные коллективы, например, в 1969 г. в Ленинградском институте культуры организован инструментальный ансамбль «Скоморохи» под руководством В. Акуловича, в 1976 г. в Ленинградской консерватории – ансамбль под руководством А. Мехнецова, в 1978 г. Московской консерватории – ансамбль под руководством Н. Гиляровой, в этом же году в Марийском университете ансамбль «Рия-Рия» под руководством О. Герасимова и мн. др. в этот же период организуются и проводятся

музыкальные фольклорные фестивали и смотры художественной самодеятельности, на которых этномузыкальные коллективы получают возможность обмена творческим опытом.

Появление в больших количествах коллективов, по-новому и по-разному исполняющих фольклор, привело к тому, что возникла необходимость как-либо классифицировать, упорядочить эти исполнительские практики, так как терминологически слово новый (применимое для показа трансформаций в воплощении фольклора) не отражает всей сущности происходящих явлений. Термин «этническая» музыка, в 80-е гг. пришедший в отечественную культуру, достаточно хорошо подходил для обозначения и объединения всех музыкальных направлений и течений, появившихся на базе фольклорного материала, и постепенно влился как в обиходное, так и в научное пространство музыкальной культуры.

Развитие этнической музыки привело к возникновению множества жанров, стилей и направлений в ее рамках. Все они требуют отдельного научного осмысления, которое еще предстоит сделать искусствоведам и культурологам. В рамках нашего исследования кратко остановимся на некоторых структурных компонентах этнической музыки, наиболее широко представленных в музыкальном пространстве конца XX – начала XXI вв.

Большое место в этнической музыке занимает *Ethnic fusion* (этнический синтез) или ее западный аналог – *World fusion* (мировое слияние). Самыми яркими представителями данного течения являются такие группы как Enigma, Dead Can Dance, Deep Forest, Era, Grigorian. Сама этимология слова *fusion* («фьюжн») – слияние, синтез, смешение, – раскрывает сущность этого музыкального явления как взаимодействия нескольких стилевых составляющих: комбинация разнообразных приемов различных направлений популярной музыкальной культуры (джазовая импровизация; роковые гитарные рифы; ладогармонические особенности разных культур, в том числе дважды гармонические мажор и минор (характерные для восточных культур, музыкального искусства ряда славянских народов), блюзовая гамма,

пентатоники (характерные для народных мелодий разных стран); цитаты классических произведений; латиноамериканские, кубинские, африканские ритмические структуры и многое другое; сосуществование в единой концепции инструментов разных национальных традиций или стилистических музыкальных направлений (например, инструменты духового оркестра и дудук – армянский народный инструмент, или скрипка, синтезатор, драм-машина и колесная лира); использование разных вокальных приемов и манер звукоизвлечения. Однако, при сочетании нескольких музыкальных стилистик, каждая остается узнаваемой, они полноценно сосуществуют в одном произведении и дополняют друг друга.

В России у направления этно-фьюжн также много последователей, особенно в последнее время, когда стало модной тенденцией соединять фольклор различных народностей и национальностей, аранжировать эти синтезы современным звучанием. Самой распространенной разновидностью этно-фьюжн является этно-джаз. Этно-джаз стал предметом научного осмысления, например, в статьях Л. Е. Аускерна [Аускерн, 2002]; К. Е. Долгих [Долгих, 1999, №10]; С. И. Козловского [Козловский, Jazz-квадрат]; А. Ю. Костюковича [Костюкович, 1998; Костюкович, 2003]; А. С. Манукяна [Манукян, 2004; Манукян, 2006; Манукян, 2013]; и др. Обозначенные авторы отмечают, что данный стиль основан на ритмической свободе, берущей начало в фольклорной музыке (смещение акцентных долей, полиритмичность); гармонической насыщенности и разнообразии (джазовые последовательности септ и нон-аккордов); импровизационности (чаще всего в разработочных частях формы) и лексике различных национальных культур (ладо-гармоническая специфика; мелодические и орнаментальные обороты; традиционные инструменты; тембральные, тесситурные и прочие вокальные особенности, и мн. др.). В данном стиле отражается дух современной музыкальной культуры, а именно: межкультурная коммуникация, ориентация на традиционную самобытность, эксперименты со слиянием различных музыкальных направлений.

Значимость этно-джаза подчеркивает и А.В. Огородова, характеризуя его как «сверхнациональное явление, потому как он объединяет многообразие национальных культур на универсальной основе, создавая культурные формы, способные в различные исторические моменты содержать в себе различные расовые, социальные, эстетические, психологические и эмоциональные характеристики» [Огородова, 2008, с. 6].

Наиболее широкой по количеству течений, основанных на фольклорных элементах, считается электронная этническая музыка или *этно-электроника*, которая включает фолк-хаус, фолк-фанк, фолк-техно и многое другое. Это направление, активно развивавшееся в 1990-х – 2000-х гг., как следует из самого названия, сочетает в себе элементы электронной и этнической музыки. Под понятие «электронная» попадает вся музыка, созданная с использованием электронных инструментов и технологий, а также с применением компьютерных технологий. Технический прогресс, повлияв на все сферы человеческой деятельности, открыл огромные возможности для музыкальной сферы, как в качестве средств сценического оснащения, так и в качестве программного обеспечения: музыкальные программы для создания музыки, позволяющие также в режиме реального времени выступления на сцене записывать и воспроизводить одновременно несколько дорожек; программы по корректированию звука (все виды тюнинг-программ); битмейкерские программы и многое другое. Все вышеперечисленное стало активно применяться в музыке, в том числе и при создании композиций этнической музыки.

Этно-электроника отличается от других музыкальных направлений этнической музыки именно наличием электронных музыкальных инструментов, лишь отчасти воспроизводящих тембр традиционного инструментария, метроритмические особенности при этом ближе танцевальным жанрам музыки, а форме свойственна вариативная цикличность, благодаря чему возникает ощущение тягучести и однородности музыкального изложения. Так как это направление в музыке является весьма

молодым и, главное, относится к субкультурной тематике, специальных исследований, изучающих явление этно-электроники, мы не обнаружили. Однако, генезис, историю, теорию и технологии электронно-акустической музыки как предшественницы массовой электронной музыки исследовала Л. В. Сулова [Сулова, 1994]. В данном предметном поле находится и работа А. Н. Липова «Карлхайнц Эssl. Изменения в электроакустической музыке», где автором отслеживается историческое развитие электроакустики [Липов, 2016]. Ряд зарубежных исследователей занимался изучением танцевальной электронной музыки, как например, М. Батлер [Butler, 2006] рассматривал ее с эстетических позиций, а в трудах Д. Хэсмондхала [Hesmondhalgh, 2002] сочетаются социологический и эстетический подходы при ее анализе. Тенденциям современной электронной музыки в контексте постмодернизма посвящено исследование Ф. П. Феоктистова [Феоктистов, 2016, с. 127–131]. В то же время именно этно-электроника в данных работах не исследуется. Хотя современные культурные практики демонстрируют достаточно устойчивый интерес к данному стилю. В определенной мере с ним связаны коллективы, которые исполняют фольклор под аккомпанемент электронных инструментов или под фонограммы «минус», в которых использованы разные сэмплы или компьютерно-программное обеспечение, их сегодня как в России, так и на мировом музыкальном рынке, огромное количество. В современном музыкальном пространстве слияние фольклора с современными клубными течениями популярной музыки достаточно активно используется музыкантами и вокалистами, как в концепции этнической музыки, так и для обращения к ее колориту в среде самой популярной музыки. Примерами проектов в этно-электронном стиле могут выступать такие коллективы, как: «Ивана Купала»; «Фолк-бит»; Тина Кузнецова; Севара Назархан (узбекская исполнительница); «Бурановские бабушки»; группа «После 11», Hidden Tribe и ряд др.

Важной составляющей этнической музыки является т.н. «*фолк-музыка*», в некоторых источниках трактуемая как разновидность популярной

музыки, основанной, чаще всего, на элементах традиционной мелодики. Однако здесь также необходимо уточнение: фолк-музыка при большой востребованности все-таки выступает явлением, в котором фольклор претерпевает существенные изменения. Фолк-музыка как музыкальное явление строится на адаптации, видоизменении первоначального традиционного материала, причем во всевозможных его интерпретациях и реинтерпретациях. Благодаря им родилось большое количество самых разнообразных новых жанров, стилей, течений и направлений, трансформирующих элементы фольклора в тексты иного характера, хотя и связанные с аутентичными первоисточниками. Иногда фолк-музыка трактуется только как рок-музыка, основанная на фольклорных элементах (*фолк-рок*). Рок-музыка как стиль имеет большое количество разновидностей: от *heavy metal* («тяжелый металл» или «классический металл»), готик-рока до поп-рока (синтез элементов рок и поп-музыки, «light» версия рок музыки). Однако, ввиду своей специфичности, фолк-рок, по нашему мнению, выделяется в отдельный вариант этнической музыки в силу своей музыкальной самобытности.

Исследователь О.В. Пивницкая пишет, что в современных российских реалиях сосуществуют два музыкальных направления данного стиля: фолк-рок как «концертно-сценическая» ипостась, выраженная в «особом способе звукоизвлечения певца <....>, инструментарии и выборе репертуара» и этно-рок, где наблюдается большая приверженность к соблюдению традиционных песенных особенностей фольклора [Пивницкая, 2021, с. 126]. Главная отличительная черта от других стилей современной этнической музыки – использование инструментария, свойственного для рок-групп, а именно электрогитары, бас-гитары, клавишной и ударной секции. Однако, в отличие от этноэлектроники, в фолк-роке не используются, как правило, другие виды электронных инструментов или сэмплов. Наряду с музыкальными особенностями важным концептуальным элементом, в чем мы соглашаемся с Т. А. Волошиной, является тематика данного направления, а именно

трансляция семейных и духовных ценностей и идеалов, патриотизма [Волошина, 2016], часто встречаются и остросоциальные темы. То есть в отличие от других направлений современной этнической музыки в этом стиле значительный компонент – содержательность поэтического текста. При этом обращение рок-музыкантов к фольклору является вполне закономерным процессом, поскольку «Для рок-культуры, и для рок-музыкантов в частности, характерен процесс мифологизации» [Ерохина, Коновалова, 2019, с. 200], которая связана с традицией и, как ее носителем, фольклором. Исследований фолк-рока немного, однако, это направление более чем остальные привлекает к себе умы ученых (так, по данным сайта <https://www.elibrary.ru/> фолк-року посвящено 36 исследований, этно-джазу (фолк-джазу) всего 19, а этно-фьюжн – ни одного). С. В. Шаповалов в своем исследовании «Динамика социокультурных ценностей рок-музыки» [Шаповалов, 2010] указывает на то, что фолк-рок являлся поднаправлением, давшим основание для дальнейшей эволюции рок-музыки. С. С. Таюшев в работе «Тенденции массовизации классической музыкальной культуры на рубеже XX–XXI вв.» [Таюшев, 2010], рассматривая разновидности современной музыки, говорит о том, что массовая музыка создается на интонационном и стилистическом содержании внеевропейского фольклора, адаптировавшегося к современным музыкальным реалиям [там же, с. 12]. При определенной «тенденции к усечению» и «сжатию» фольклорных образцов автором отмечается весьма активное бытование народной музыкальной культуры в современности [там же, с. 17]. Отечественный фолк-рок рассматривает Е. Савицкая [Савицкая, 2020] и убедительно доказывает, что обращение рока к фольклору остается одной из важнейших линий развития отечественного рока [там же, с. 163]. Автором, помимо истории становления фолк-рока и анализа обращения к фольклором рок-групп 70-80-х годов XX века, выявляются общие черты фольклора и рок-музыки, такие, как устно-коллективный характер творчества, «опора на горизонтальное развертывание, песенную строфику, попевочность, полиладовость, вариантно-вариационное развитие,

импровизационность» и мн. др. [Там же, с. 166]. Ярким современным примером этого направления является творчество Пелагеи, которая исполняет, в том числе, и народные композиции, аранжированные в стиле фолк-рок, с бережным отношением к особенностям традиционной мелодики и метроритмическому рисунку. При этом в музыкальное сопровождение входят инструменты, характерные для состава рок-коллективов (электрогитара, бас гитара; ритм-секция и др.). Из зарубежных представителей фолк-рока стоит отметить латин-рок (яркий представитель – американский исполнитель Карлос Сантана), некоторые произведения The Beatles, написанные в стиле инди-рока (с использованием ситара – национального индийского инструмента).

Несколько обособленно в рамках этнической музыки выглядит жанр *New age*, который получил распространение в 80-90-х гг. XX в. (в различных источниках этот жанр характеризуют и как совокупность стилей, и как отдельный стиль, и как музыкальное направление, что еще раз подчеркивает важность выдвинутого тезиса о необходимости научного осмысления современной музыкальной культуры). Композиции в этом жанре исполняются как под аккомпанемент живых инструментов (акустическая версия), так и в электронном формате, из-за которого его иногда относят к этноэлектронике. Отличительными особенностями жанра являются: легкий характер звучания композиций, достаточно медленный темп, модальная консонантная гармония, характерная для народной музыки, применение сэмплов на основе звуков живой природы, имитация звучания этнических инструментов, часто – медитативность музыкальных произведений. Как пишет Н. А. Широкова, описывая многослойную структуру музыкальной ткани данного жанра, «кажущиеся максимально простыми и лапидарными с точки зрения художественного языка, они в то же время служат примером постмодернистской деконструкции, в которой сочинение воспринимается как палимпсест-рукопись, сквозь поверхностные напластования которой неявно просвечивают, выступая на поверхности, более глубокие текстовые слои»

[Широкова, 2011, с. 298]. Непосредственно зарождение музыкального жанра связывается с творчеством П. Уинтера и М. Ишема. Представители New age: Enigma, японский композитор Китаро, Enya, Tangerine Dream, Дэва Премал, Акико Сиката и так далее.

Обозначенные стили и жанры этнической музыки, в рамках которой происходит современная творческая деятельность отечественных этномузыкальных коллективов, далеко не исчерпывают ее диапазон. Но они демонстрируют, на наш взгляд, наиболее распространенные формы и способы интерпретации и реинтерпретации фольклора, способствующие его актуализации и популяризации. Этническая музыка развилась и оформилась по всему миру в целое музыкальное течение, пестрящее стилевым и жанровым разнообразием, наличием нескольких направлений, которые продолжают активно развиваться, образуя новые формы, виды, жанры музыкальной культуры. В целом это подтверждает интерес мирового сообщества, в том числе музыкального, к фольклору, который продолжает существовать как полноценное явление в современной культурной среде, а не становится «музейным экспонатом».

Этим осложняется процесс исследования, так как в его объектно-предметное поле входят явления, активно функционирующие в современной культуре, подвергающиеся изменениям. Именно поэтому невозможно представить полный спектр этнической музыки, дать ему исчерпывающие характеристики. В то же время предпринятая попытка ее обобщения была важна для исследования, так как показала возможные варианты реинтерпретации фольклора в рамках современных музыкальных стилей, жанров и направлений. Именно в таком свободном творческом преломлении элементов фольклора мы видим пути его популяризации и актуализации.

Таким образом, показав реинтерпретацию, т.е. трансформацию элементов фольклора в процессе создания авторских произведений, стоит отметить, что именно следование традиции в художественных образах, средствах выразительности, инструментарии даже без использования

подлинных фольклорных текстов позволяет отнести авторские композиции к этнической музыке.

Выводы по первой главе

Деятельность этномузыкальных коллективов является одним из эффективных инструментов сохранения, распространения и актуализации фольклора. Проведенное исследование показывает, что научное изучение деятельности этномузыкальных коллективов с точки зрения их места и роли в системе культуры еще только намечается.

В то же время осмысление фольклора как основного содержательного аспекта деятельности обозначенных коллективов имеет многовековую историю. Так уже в Древней Греции складывается представление о его роли в жизни общества. Философами фольклор рассматривался с эстетической и педагогической точки зрения; в научных трудах и художественных произведениях фиксировались, анализировались и систематизировались традиции народной жизни. Несмотря на явно отрицательный характер по отношению к народным традициям, ассоциировавшимся с язычеством, со стороны церковных деятелей Средневековья, именно благодаря их трудам до нас дошли сведения о многочисленных обрядах, ритуалах, элементах народного быта. В Возрождении накапливается опыт сбора и систематизации фольклорных произведений, который в Просвещении вырастает в общую тенденцию переориентации отношения к народному творчеству, что повлекло за собой появление исследований фольклора. Значительный вклад в изучение народной культуры внесли отечественные деятели культуры, например, Н.М. Карамзин, М.В. Ломоносов, Н.А. Радищев, В.Н. Татищев и мн. др. Расцвет фольклористики как науки, изучающей фольклор, пришелся на XIX–XX вв. Появляются сборники материалов собирательской деятельности (А.Н. Афанасьева, П.В. Киреевского, И.П. Макарова, П.Н. Рыбникова, И.М. Снегирева, И.А. Худякова и др.), специальные организации

по изучению фольклора, в том числе Русское географическое общество; складываются научные школы изучения фольклора: мифологическая, историческая, антропологическая, этнопсихологическая, школа заимствования. В XX веке продолжают развиваться обозначенные школы изучения фольклора, при этом нарабатываются и систематизируются методы и подходы в его изучении. Знаковые фигуры для фольклористики этого времени В.Я. Пропп, Б.Н. Путилов, К.В. Чистов, Д.К. Зеленин, В.Е. Гусев. Однако уже к концу XX–началу XXI века исследование народной культуры встречает фатальное препятствие в виде сокращения среды бытования народной традиции. При этом все чаще появляются труды, посвященные сохранению фольклора (например, в диссертационных исследованиях Л. В. Дёминой «Феномен песенной культуры русского населения Среднего Зауралья» [Дёмина, 2011]; З. А. Стрекаловской «Современные культурные практики сохранения олонхо» [Стрекаловская, 2020.]; в научных статьях (см. подробнее: [Сохранение фольклора] – более 1000 статей), освещению его современного состояния (например, диссертации В. Н. Бондаревой «Песенный фольклор Петербургского региона: наследие традиционной культуры в контексте социокультурных трансформаций» [Бондарева, 2009], Е. И. Спицыной [Спицына, 2018], Б.В. Седухина «Народная культура: состояние и тенденции развития» [Седухин, 2004]; научные статьи [Современное состояние фольклора] – около 1000 статей); механизмам актуализации (например, работы А. В. Гнатовской «Актуализация ценностей русского фольклора в детско-юношеской среде: проблема аутентичности» [Гнатовская, 2017], Е.А. Каминской «Актуализация традиционного фольклора в современной социокультурной среде на основе его имманентных характеристик» [Каминская, 2016], Н. В. Хомич «Актуализация фольклора забайкальских старообрядцев в современных условиях» [Хомич, 2020]).

Деятельность этномузыкальных коллективов основывается на интерпретации и реинтерпретации фольклора, способствующих формированию и развитию современных направлений этнической музыки, среди которых выделяются фолк-музыка, этно-фьюжн, электронная этническая музыка (этно-электроника, включая фолк-хаус, фолк-фанк, фолк-техно и др.). Появившееся разнообразие стилей и направлений этнической музыки как неотъемлемого компонента современной культуры благотворно влияет на ее актуализацию и популяризацию, что открывает новые сферы и ракурсы для научных изысканий. Социокультурным технологиям как эффективным инструментам актуализации фольклора в современных условиях посвящена следующая глава исследования.

ГЛАВА 2. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АКТУАЛИЗАЦИИ ФОЛЬКЛОРА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Актуализация фольклора в последнее время является одной из наиболее важных тем для дискуссий как в узком этнокультурологическом кругу, так и в научном мире в целом. Понятие актуализации, привычное и весьма распространенное, трактуется в разных источниках приблизительно одинаково, однако приобретает разные содержательные нюансы в виду конкретных контекстных применений. Семантически термин «актуализация» произрастает из универсалии «актуальность», понимаемой как важность, значимость (злободневность) для настоящего момента. По философскому словарю под редакцией Г. Шишкоффа [Шишкофф, 1961] актуализация понимается как «осуществление; переход из состояния возможности (потенции) в состояние действительности». В то же время такое определение нуждается в конкретизации, ведь переход не может совершиться сам по себе. В фольклоре заложены глубинные культурные смыслы и ценности, которые возможно вычлениить и представить в актуальном действенном состоянии. Следовательно, необходимы целенаправленные действия, состоящие не просто в адаптации фольклора к современным условиям, но и «представлении его в культурном пространстве <...> в статусе ценностно содержательного и потенциально действенного феномена» [Каминская, 2016, с. 54]. В. С. Девятов подчеркивает, что трансформация народно-песенной традиции «по сути, есть обновление и преобразование, адаптация жанров и форм к современным социокультурным условиям с целью сохранения основных этических ценностей для их будущего существования» [Девятов, 2019, с. 82]. То есть вся логика развития фольклора представляет определенную степень его адаптации (приспособления, но при сохранении основных характеристик) к современным социокультурным реалиям. В то же время нельзя воспринимать адаптацию и актуализацию как синонимичные понятия. Адаптация представляет собой изменения явления, которые могут

происходить стихийно, под влиянием внутренней логики развития самого явления. Актуализация предполагает целенаправленные действия, направленные на приобретение значимости и важности явления для современной культуры. В отношении положения фольклора в современности правильно говорить и о его адаптации (внутреннем процессе), и о его актуализации (внешнем процессе).

Изучение актуализации фольклора носит междисциплинарный характер. Наиболее значимыми для нашего исследования являются труды Э. Е. Алексеева [Алексеев, 1988], С. А. Арутюнова [Арутюнов, 2000; 2004], Е. Э. Гавриляченко [Гавриляченко, 2008; 2016], В. С. Девятова [Девятов, 2019; 2022], Е. А. Дороховой [Дорохова, 2016], Е. А. Каминской [Каминская, 2004; 2016], Н. Г. Михайловой [Михайлова, 2000; 2007], Г. Я. Сысоевой [Сысоева, 2020] и др.

В конце XX – начале XXI вв. ракурс исследований фольклора сместился с содержательного аспекта на «технологический», ведь сам фольклор, как отмечает С. Ю. Неклюдов, характеризуется «наличием особых «технологий» («непосредственно-контактных», «устных», «коллективных»), служащих для продуцирования, хранения и передачи данных текстов» [Неклюдов]. Термин «технологии» давно внедрен в сферу гуманитарных наук, в том числе культурологию. В последней, синтезирующей категориальный аппарат различных областей знаний, эта дефиниция носит универсальный характер, и в современности трактуется как «описание общих принципов деятельности» [Никифорова, 2011]. Во второй половине XX в. в философско-культурологических исследованиях закрепляется трактовка термина как совокупности практик, а в начале XXI в., являясь важнейшим аспектом культурологического дискурса, трактуется как алгоритм, направленный на достижение цели. В современных социокультурных условиях с появлением новых эффективных средств популяризации различных видов искусств, а также благодаря активации запроса общества на формирование национальной идентичности, механизмы актуализации

фольклора пополняют свой инструментально-технический аппарат. Большого внимания среди них заслуживают социокультурные технологии, понимаемые как средства, формы и методы социокультурной деятельности, с помощью которых достигаются планируемые результаты. Понятие социокультурные технологии также широко используется в культурологической мысли. «Средства регуляции жизнедеятельности человеческих коллективов, выраженные в соответствующих ценностно-нормативных системах и социальных институтах, могут быть охарактеризованы как социальная технология» [Маркарян, 1983]; «подсистемы культуры предстают в качестве структурно и функционально различных, пронизанных прямыми и обратными связями звеньев единой технологической цепи, обеспечивающей совокупную человеческую деятельность» [Там же]. В соответствии с основными функциями социокультурной деятельности принято выделять следующие социокультурные технологии: культуротворческие, рекреативные, образовательные, социально-защитные, исследовательские, проектные, инновационные, коммуникационные, информационно-рекламные, управленческие технологии (социокультурный менеджмент), технологии социокультурного обмена и сотрудничества [Григорьева, 2002]. Для нашего исследования наиболее важными являются проектные и менеджерские технологии, направленные на активное вовлечение субъектов в творческий процесс актуализации, интерпретации и адаптации фольклора к современным культурным практикам, способствующие успешному претворению народной традиции в разных сферах современного социокультурного пространства.

При этом грамотная, компетентная проектная деятельность и синтез организационно-управленческих и маркетинговых технологий в менеджерской деятельности выступают условиями сохранения и актуализации фольклора в современной культуре, так как и выбор репертуара, и работа с фольклорными материалами, и создание программ строятся с учетом существенных факторов развития культуры, специфики

фольклора как традиционного явления и особенностей современной подачи такого материала.

2.1. Проектная деятельность как социокультурная технология актуализации фольклора

Деятельность этномузыкальных коллективов в современных социокультурных условиях может быть рассмотрена как проектная деятельность в сфере этномузыкальной культуры, направленная на сохранение, актуализацию и популяризацию музыкального фольклора, алгоритм которой основывается на технологиях социокультурного проектирования, адаптированных под специфику фольклорного материала. При этом этномузыкальные коллективы как проекты в последнее время (примерно с 70-80-х гг. XX века) демонстрируют ряд успешных практик продвижения этномузыкального продукта и представляют интерес для анализа не только художественной, но и технологической составляющей этномузыкального проектирования, а именно с точки зрения их менеджмента и продвижения. Для определения специфики применения социокультурных технологий в этномузыкальном проектировании дадим краткое представление о проектах, в том числе социокультурных и музыкальных (этномузыкальные коллективы сочетают технологии проектирования и музыкальных, и социокультурных проектов), а также проектной деятельности в социокультурной сфере.

Этимология слова «проект» имеет английское происхождение и в буквальном переводе звучит как «брошенный вперед». В наиболее общем виде проект определяется как детализированный замысел чего-либо, представляемый в виде плана, чертежа и других форм его описывающих, в которых раскрывается практическая реализация этого замысла. В современной научной литературе приведено множество трактовок данного термина различных по наполнению, но близких по сущности, содержанию и

характеристике его признаков. Ф. Бэгьюли определяет проект как «последовательность взаимосвязанных событий, которые происходят в течение установленного ограниченного периода времени и направлены на достижения неповторимого, но в то же время определенного результата» [Бэгьюли, 2002, с. 16]. Данная трактовка с нашей точки зрения выглядит весьма размытой, учитывая конкретизацию применения проекта в области управления, так как автор, указывая на неотъемлемые характерные признаки проекта, а именно нацеленность на результат и ограниченные временные сроки, не раскрывает главной цели проекта, то ради чего он осуществляется. В. Н. Фунтов понимает под проектом именно деятельность, отмечая ее особенностями целенаправленность на удовлетворении конкретных потребностей, временную и ресурсную ограниченность [Фунтов, 2011], не указывая сути данной деятельности. Исследователи А. Г. Ивасенко, Я. И. Никонова и М. В. Каркавин характеризуют проект как «целенаправленное изменение отдельной системы» с установленными показателями к срокам, результату, ресурсам, в котором реализация запланированных целей определяет завершение проекта [Ивасенко, 2009], однако заметим, что не все проекты направлены на изменение системы, хотя формулировка «целенаправленное изменение системы» наиболее точно отражает преобразующую функцию проекта в любой сфере. В то же время в музыкальной сфере чаще всего целью проектов выступает создание уникального продукта, что не входит в рамки системных преобразований. Проект как комплекс мероприятий определяется в исследованиях «Управление проектами: стандарты, методы, опыт» А.С. Товба, Г.Л. Ципес [Товб, Ципес, 2003], «Управление проектами в России. Основные понятия» В.И. Воропаева [Воропаев, 1995], «Модели и методы управления портфелями проектов» А.А. Матвеева, Д.А. Новикова, А.В. Цветкова [Матвеев, Новиков, Цветков, 2005].

Методологической базой изучения проектов и проектной деятельности выступают, как правило, системный, комплексный и деятельностный

подходы. С точки зрения системного подхода проект понимается как «система временных действий, направленных на достижение неповторимого, но временного результата» [Боронина, 2015, с. 10]; [Управление проектами под ред. Аньшина, Ильиной, 2013]. Для нас важно понимание проектов как системных целенаправленных действий. В то же время важно подчеркнуть, что в сфере музыкальной индустрии результат может носить достаточно длительный характер, т.е. результат проекта может воспроизводиться множество раз уже и после завершения основных проектных действий.

Приведенное определение проекта подчеркивает его деятельностную природу, следовательно, опирается на основные принципы деятельностного подхода, с позиций которого проект понимается как вид специфической деятельности, направленной на преобразование определенного объекта. Для нашего исследования – это базовое понимание проекта, так как все действия этномузыкальных коллективов в той или иной степени направлены на преобразование фольклора.

Комплексный подход позволяет многосторонне и многоаспектно рассмотреть проекты, учитывая междисциплинарный характер его изучения [Заренков, 2014].

В современных реалиях проект представляет одну из наиболее структурированных, рациональных и эффективных технологий организации человеческой деятельности, включая экономику, политику, культуру, социальную, правовую, производственную, управленческую и другие сферы, при этом в каждой из перечисленных сфер проект реализуется не без участия менеджерского звена, так как весь процесс проектирования (процесс создания и реализации проекта) на всех его циклах подразумевает наличие организационных, административных и управленческих ресурсов, технологий и методов. Управление проектами является многоаспектным предметным полем, характеризующимся как методология (в труде «Управления проектами» И.И. Мазура, В.Д. Шапиро и Н.Г. Ольдерогге [Мазур, 2005]); как набор инструментов, технологий и знаний (П. Мартином

и К. Тейт в «Управлении проектами» [Мартин, Кецт, 2006]; а также как искусство руководства и координации ресурсами (Ю.И. Поповым в «Управлении проектами» [Попов, Яковенко, 2011]).

В каждом конкретном предметном поле ракурс рассмотрения явлений «проект» и «проектная деятельность» будет все же разным, т.е. их трактовка напрямую зависит от сферы деятельности и назначения этого проекта.

Совокупность целенаправленных действий по преобразованию культуры принято называть социокультурными проектами. Изучение и анализ социокультурного проектирования – актуальная и магистральная тема научных исследований. Значимыми трудами в области социокультурного проектирования являются работы С. Э. Зуева [Зуев, 2003], который анализирует социокультурное проектирование как инновационную стратегическую деятельность и управление изменениями; А. П. Маркова и Г. М. Бирженюка [Марков, 1998], рассматривающими проектирование как конструктивную творческую деятельность с организованной структурой последовательно или параллельно осуществляемых процессов; Н.А. Аитова, Ж.Т. Тощенко и Н.И. Лапина [Тощенко, 1982], характеризующими социокультурные проекты как формы научного предвидения и прогнозирования конечного результата, необходимых для построения эффективных схем по его достижению, и мн. др.

Важными для нас являются ракурсы исследования, в которых анализируются процессы и организация проектирования в связке с управлением в данной области. Так Г.А. Антонюк рассматривает социальное проектирование как компонент для обеспечения управления социальной деятельностью [Антонюк, 1989]; С. Э. Зуев приводит базовую схему проектирования в виде: анализ ситуации – концептуализация проектного замысла – постановка целей проекта – его реализация [Зуев, С.Э. Социально-культурное проектирование в музее], т.е. по сути, схему управления проектом на каждом из его этапов.

Значимым для нашего исследования являются выводы Е. И. Григорьевой, рассматривающей проектную деятельность как эффективную современную технологию социально-культурной деятельности [Григорьева, 2002]. Считаем необходимым указать на труды В. Н. Рябышева «Основы социально-культурного прогнозирования и проектирования» [Рябышев, 1997]; Н. Н. Ярошенко «История и методология теории социально-культурной деятельности» [Ярошенко, 2007]; сборники трудов «Социальное проектирование в сфере культуры: Методологические проблемы» [Социальное проектирование в сфере культуры, 1986], «Социальное проектирование в сфере культуры: Игровые методы» [Социальное проектирование в сфере культуры, 1987], «Социальное проектирование в сфере культуры: От замысла к реализации» [Социальное проектирование в сфере культуры, 1988], «Социальное проектирование в сфере культуры. Прорыв к реальности» [Социальное проектирование, 1990]. Данные работы служат теоретической базой исследования проектной деятельности как эффективной социокультурной технологии.

Методология проектной деятельности в рамках социокультурного проектирования дополняется ситуационным подходом, в рамках которого происходит анализ факторов и конкретных социокультурных ситуаций, влияющих на проектирование в данной сфере; проблемным (прогнозным) подходом, направленным на анализ и решение конкретных проблем в социокультурном пространстве; объектно- и субъектно-ориентированными подходами, рассматривающими проект как комплекс взаимодействующих объектов, управляемый субъектами.

Проектная деятельность включает поиск новых, эффективных и инновационных технологий, рациональных форм и методов организации, направленных на достижение целей проекта, учитывая и минимизируя риски. То есть данная сфера открыта для внедрения и применения инновационных техник и инструментов для совершенствования проектировочного процесса и улучшения конкурентоспособности его конечного продукта. И. В. Абрамова,

Е. М. Вечтомов, З. В. Шилова в исследовании данной деятельности указывают не просто на возможность, но и на необходимость использования нестандартных форм, приемов, методов [Абрамова, Вечтомов, Шилова, 2020]. Соглашаясь с их мнением, отметим, что эта необходимость в инновациях присутствует во всех областях проектной деятельности, главными условиями для получения этих инноваций являются креативность, поиск нестандартных подходов для оптимального решения задач, налаженные коммуникации и непосредственный обмен опытом с коллегами в данной среде. Еще одним важным аспектом проектной деятельности выделим необходимость скрупулезного анализа, которая рассматривается как специфическая технология, представляющая собой «конструктивную, творческую деятельность, сущность которой заключается в анализе проблем и выявлении причин их возникновения, выработке целей и задач, характеризующих желаемое состояние объекта (или сферы проектной деятельности), разработке путей и средств достижения поставленных целей» [Степина, 2009, с. 6]. Именно на основании тщательного анализа должен быть выстроен фундамент всего проекта, выработаны стратегии по созданию, реализации и продвижению продукта, учитывая риски.

Особенности проекта и процесса его создания в социокультурной сфере связаны с ее спецификой и функциями. Эта сфера представлена совокупностью различных областей, которые производят товары и услуги, удовлетворяющие социально-культурные потребности человека (потребности в искусстве, живописи, духовных ценностях, в общении с людьми, развлечениях) и является целостной и упорядоченной системой, основной элемент которой – люди. Социокультурная сфера выполняет ряд функций, таких как адаптационная (адаптировать человека к культурным и нравственным устоям общества), коммуникационная (создать условия для оптимального общения, налаживания межличностных отношений), развивающая, образовательная (способствовать приобретению новых знаний, умений и навыков) культууроориентирующая (приобщать к культурным

ценностям, формировать эстетическое начало), культуроохранительная (сохранять культурные ценности, привлекать молодое поколение для сохранения культурного богатства), рекреационно-оздоровительная (создавать определенные условия и мероприятия, участие в которых приносит моральное и духовное восстановление сил). Все эти функции важны и при реализации проектов этномузыкальными коллективами, в деятельности которых «создается и сохраняется нормативная культурная традиция» [Михеева, 2008, с. 231]. Эти функции не просто учитываются, а наиболее эффективно реализуются благодаря методам и технологиям проектной деятельности в социокультурной сфере, поэтому при разработке социокультурного проекта, наряду с адресной целью, главными задачами для его создателей выступают изменение и преобразование социокультурной среды. В рамках данного исследования это преобразование направлено на формирование грамотного отношения к фольклору, выявление и активное использование его потенциальных возможностей.

Специфика социокультурного проектирования состоит в том, что оно позволяет претворять положения государственной культурной политики в наиболее рациональном и эффективном виде на разных уровнях как федерального, так и регионального масштаба, связывая и координируя их работу. На сегодняшний момент эта технология включает проблемную диагностику, моделирование нужного результата, программу действий для осуществления конкретного проекта и, одновременно, творческий подход. Отметим и потенциальное многообразие и многовариантность решения каждой из возникающих проблем при реализации того или иного проекта.

Принципы социокультурного проектирования основываются на общих принципах проектирования, разработанных Я. Дитрихом в труде «Проектирование и конструирование: системный подход» [Дитрих, 1981], Т. Тиори и Дж. Фраем в «Проектирование структур баз данных» [Тиори, Фрай 1985], П. Хиллом в работе «Наука и искусство проектирования» [Хилл, 1973], Ф. Ханикой в «Новые идеи в области [Ханика, 1969]. Однако в

социокультурной сфере присутствуют специфические принципы, на которых заострим внимание:

- принцип «критического порога модификации», то есть установление четких рамок вмешательства для модификационных процессов проектировочной деятельности;

- принцип оптимизации «зоны ближайшего развития», то есть разработка, создание и улучшения качества условий, способствующих творческому саморазвитию субъекта, удовлетворению его социокультурных потребностей, включая решение или предупреждение проблем в данной области;

- принцип персонифицированности процесса и результатов социокультурного проектирования как возможность непосредственной оценки результатов проектной деятельности;

- принцип контролируемой корректируемости социокультурных процессов;

- принцип проблемно-целевой ориентации, а именно целенаправленность проектных технологий на непосредственное решение конкретной проблемы или определенные улучшения в социокультурной сфере.

Принципы социокультурного проектирования находят отражение и, безусловно, учитываются в создании и реализации проектов этномузыкальными коллективами, однако не являются приоритетными условиями в виду влияния их (этномузыкальных проектов) двойственной природы в виде сочетания проектировочных технологий социокультурной и музыкальной сфер (а именно частный коммерческий сектор ее функционирования).

К характерным преимуществам проектной деятельности относятся:

- альтернативность воздействия на объект (и его изменение в виде развития, и сохранение искомого результата в зависимости от нужд конкретного проекта);

- сочетание нормативного и диагностического подходов (включая мониторинг социокультурных процессов и маркетинговый анализ рынка спроса и потребления культурных ценностей и услуг);
- регламентированность технологических операций, основанная на единой методологической базе социокультурного проектирования; наличие системы критериев и показателей для оценки результатов всех технологических преобразований;
- широкий спектр творческих решений, так как социокультурная сфера является открытой системой и находится в динамическом состоянии развития и созависимом положении по отношению к другим сферам человеческой деятельности;
- создание и воплощение проектных решений как специалистами в данной области, так и инициативными гражданами; сопровождение и контроль над полным циклом реализации проекта с обеспечением гарантированно достижимых целей и задач;
- минимизация затрачиваемых ресурсов, включая возможность проектирования небольшой группой специалистов.

Таким образом, на основе существующих трактовок определения «проекта», «проектной деятельности», «социокультурного проектирования», рассмотрения их с различных методологических позиций, выявления их специфики, мы понимаем под проектом, реализуемым этномузыкальными коллективами *этномузыкальный проект*, т.е. деятельность коллектива, представляющая собой комплекс мероприятий, включающий художественный, организационный, инвестиционный и другие компоненты и аспекты, необходимые для успешного функционирования коллектива, направленные на создание уникального продукта, основанного на фольклорной стилистике. Проще говоря, в рамках данного исследования под *этномузыкальным проектом* будет пониматься *совокупность целенаправленных действий по преобразованию фольклора для создания и*

продвижения новых концертных программ с целью его (фольклора) актуализации.

Особенности этномузыкальных проектов и соответственно деятельность по их созданию и продвижению основаны на специфической природе этнической музыки (охарактеризованной в первой главе) и отражаются на каждом этапе проектировочного процесса. Такая деятельность соответствует всем требованиям проекта: нацеленность на создание уникального продукта (под определенную тематику, заданную логикой развития коллектива и его концертной деятельностью и т.д.), наличие этапов создания, функционирования и развития (стадиальность), проработанную схему существования (от замысла до реализации конкретных произведений и программ) и т.д. Отметим, что этномузыкальное проектирование вбирает технологии и методы социокультурного проектирования и наработки в области сугубо музыкальных проектов. С одной стороны, этномузыкальные коллективы реализуют проекты, нацеленные на сохранение, актуализацию и популяризацию традиционной национальной культуры, формирующие национальное самосознание граждан и постулаты социокультурных ценностей, являются одним из приоритетных направлений социокультурной деятельности. С другой стороны, этномузыкальные коллективы осуществляют деятельность, направленную на создание уникального музыкального продукта, призванного удовлетворять эстетические потребности личности, и реализовывать функции музыкальной деятельности, как-то эмоциональное и эстетическое удовлетворение, творческая самореализация личности и, как следствие, ее воспитание, просвещение, образование и социализация.

Для детализации и упорядоченного анализа этномузыкальных проектов, с целью определения эффективных социокультурных технологий, приведем наиболее общие этапы технологического процесса социокультурного проектирования:

1. Аналитический этап включает сбор, обобщение и анализ информации о планируемом социокультурном проекте и окружающей среде, а также разработку концепции и продвижения проекта.
2. Прогнозирование структуры разрабатываемого проекта.
3. Проектирование и фиксация последовательности технологических операций, этапов проекта, с оценкой ресурсов и стоимости предстоящих работ.
4. Подготовка необходимой документации и нормативного проектного документа.
5. Реализация проекта.
6. Представление результатов проекта.
7. Оценка и корректировка проекта.
8. Продвижение проекта.

На *первом этапе* для более детальной проработки концепции проекта (как в художественном плане, так и в аспекте позиционирования), от которой будет зависеть его уникальность, а также для выявления последующей стратегии продвижения конкретного культурного продукта применяются *маркетинговые технологии*, способствующие наиболее эффективному анализу социокультурных условий для реализации проектной деятельности.

Применение маркетинговых технологий в современных социокультурных условиях является неизбежным и, одновременно, эффективным и актуальным инструментом, позволяющим рационально и всесторонне проанализировать внешние условия для реализации проекта (конкурентную среду этномузыкального коллектива как социокультурного проекта), спрогнозировать и проконтролировать все этапы проектировочного процесса: от его создания до реализации, а так же разработать достаточно гибкие схемы и алгоритмы [Ухова, с. 120]. Подробнее остановимся на характеристиках маркетинговых технологий, в том числе на их специфике применения в социокультурной и музыкальной сфере.

Маркетинговые технологии в социокультурной сфере рассмотрены в современных исследованиях У.Г. Чавыкиной, А.В. Дмитриевой, М.Ю. Афанасьевой «Применение маркетинговых технологий в продвижении организации социально-культурной сферы» [Чавыкина, Дмитриева, Афанасьева, 2021], выделяющих 3 направления маркетинга, а именно: привлечение потребительского внимания, управление отношениями с покровителями и создание репутации и внутреннего менеджмента. Субботиным Т.П. в исследовании «Некоммерческий маркетинг и особенности его формирования в сфере культуры» [Субботин, 2007] отмечается превалирование значения социального эффекта как общественной пользы и выгоды над потребительской ценностью; профессором кафедры рекламы и связей с общественностью Новаторовым В.Е. в труде «Маркетинг в социально-культурной сфере» [Новаторов, 2015] выявляются специфика социокультурного маркетинга и перспективы внедрения маркетинговых инновационных технологий в организации социокультурной сферы, а так же подчеркивается значимость внутрифирменного маркетинга; Перетока Д.В., анализируя «Маркетинговые технологии продвижения интеллектуального досуга на рынке социокультурных услуг» [Перетока, 2014], подчеркивает важность подбора специализированных и отраслевых сайтов и сообществ для размещения рекламы, непрерывного потока информирования общественности о предлагаемых услугах, акциях и пр., использования различных инструментов для привлечения внимания аудитории (PR, периодическое проведение акций и скидок, личные продажи, директ-маркетинг, вирусный маркетинг, кросс-маркетинг) и т.д. Социальный маркетинг изучался с точки зрения понятийного поля и разграничения дефиниций социального маркетинга как технологии (маркетинг в социальной сфере) и инструмента (социально ориентированного маркетинга) С.В. Климовой «Социальный маркетинг как социальная технология» [Климова, 2013]; эффективные механизмы и тенденции в социальном маркетинге описаны Солдатовой Н.Ф. в «Социальный маркетинг: тенденции прошлого и

реалии настоящего» [Солдатова, 2022]; интегральные (универсальные) принципы социального маркетинга, а так же его сущность, содержание, методы, теории, модели функционирования исследованы Малиевой Н.А. и Маркеевой А.В. в учебном пособии «Маркетинг в социальной сфере» [Марлиева, Маркелова, 2017]; в пособии «Социология маркетинга» Лопатиной Н.В. [Лопатина, 2005] анализируются роль маркетинга в социальном управлении, виды, методы и инструментарий социологических исследований, использующихся в маркетинговых технологиях и т.д.

Маркетинговые технологии применяются и как эффективный инструмент анализа музыкальной сферы. Исследования музыкального рынка (культурных потребностей и запросов в области музыкальной культуры, анализ конкурентной среды, актуальных тенденций) являются неотъемлемой частью выстраивания стратегии продвижения музыкального проекта. Перспективу социологических и маркетинговых исследований музыкальной индустрии, включая цифровые инструменты анализа поведения слушателей, исследовала М. Г. Снежинская [Снежинская, с. 166]. В работе И. Б. Резник «Изучение современной музыкальной сетевой аудитории с помощью средств интернет-аналитики» [Резник, 2002] подчеркивается значимость изучения аудитории и указывается на весьма доступные, но при этом очень эффективные IT-технологии, благодаря которым «появились широкие возможности достаточно оперативно получать статистику и анализировать коммуникационный цикл между автором и потребителем» [Там же, с. 104]. Теме маркетинговых исследований в сфере музыки посвящены так же исследования Ю. В. Вайрах «Маркетинговое продвижение музыкального продукта (на примере исполнителя «Mores»)» [Вайрах, 2022], отмечающий необходимость опоры на вкусы потенциальной аудитории в создании и продвижении музыкального продукта, а так же на примере конкретного проекта демонстрирующий эффективность и доступность интернет-ресурсов, включая снова набирающую популярность социальную сеть ВКонтакте, в качестве источников и инструментов продвижения музыкальных проектов

(именно интернет-ресурсы успешно применяются для продвижения и популяризации этномузыкальных проектов); Д.И. Темновой и Е.Ю. Булавиной «Интерактивный маркетинг: влияние на продвижение музыкальных проектов в эпоху диджитализации» [Темнова, Булавина, 2021], в котором актуализируется и обосновывается важность взаимодействия и выстраивания диалога с аудиторией как современной тенденции в привлечении аудитории и создании ценного и ориентированного на слушателя музыкального продукта, а так же анализируются стриминговые и подкастинговые платформы как «драйвер роста рынка» [там же, с. 60] и современные средства продвижения музыкального продукта, включая немассового стилистического направления (данные современные технологии, являясь актуальным, эффективным средством продвижения, только начинают применяться этномузыкальными коллективами, но уже на этом этапе демонстрируют ряд успешных решений); Д.В. Якута «Маркетинг как основной инструмент продвижения музыкального продукта в условиях отечественного шоу-бизнеса» [Якута, 2019], где автор анализирует конкретные маркетинговые технологии на предмет их эффективности и доступности, в том числе указывается важность проработки имиджевой стратегии, а именно PR-мероприятия содействующие увеличению слушательской аудитории (именно выстраивание PR-стратегии и наработка положительной репутации – главные технологии в продвижении этномузыкальных проектов) и т.д.

При этом в сфере культуры маркетинговые технологии в рамках проектной деятельности имеют ряд специфических особенностей, отличающих их от маркетинговых технологий как таковых. Новаторов В.Е. при исследовании маркетинга в социально-культурной сфере выделяет такие его особенности как доминирование социокультурного продукта в виде культурных услуг, обращенных к культурно-оздоровительным, культурно-просветительным, культурно-созидательным потребностям человека; включенность потребителей услуг в процесс создания и реализации

культурного продукта; четкое установление сегментации культурной аудитории; преобладание интернального (внутрифирменного) и персонального маркетинга; отсутствие четких качественно-количественных показателей эффективности и т.д. [Новаторов, 2015]. Так в условиях жесткой конкуренции в социокультурном секторе, которая усложняется борьбой за потребительское внимание аудитории среди других развлекательных, образовательных, информационных и других сфер деятельности, находящихся в области досуга, маркетинговые исследования и определение актуальных тенденций в конкретных сферах культуры и искусства становятся актуальной необходимостью. Как пишет Т. А. Ротач «Увеличение конкуренции заставляет производителей товаров и услуг изучать и анализировать поведение потребителей, их культуру и традиции с возможностью использования этих знаний для достижения поставленных целей» [Ротач, 2017].

Маркетинговые технологии в любой сфере, в том числе в сфере культуры, направлены на выстраивание эффективной цепочки между поставщиком (создателем культурного продукта или услуги) и потребителем. С данной целью при помощи аналитики выявляются лучшие социокультурные проекты и актуальные тенденции в данной области; определяются потенциальные клиенты, их культурные потребности, художественные вкусы, с указанием социальных и географических показателей; очерчивается конкурентная среда с выявлением сильных и слабых сторон конкретных социокультурных проектов; а также анализируется сам социокультурный проект со всех его ракурсов (сильные и слабые стороны, конкурентоспособность, уникальность и актуальность, художественно-творческий, организационный и продюсерский потенциал и много другое). Нацеленность на потребности и вкусы человека в культурной сфере диктует в виде неперемного условия успешности проекта учитывать и ориентироваться на сегментацию аудитории (деление аудитории по знаковым признакам, таким как пол, возраст, уровень дохода,

местонахождение и т.д.). В целом же отметим современную нацеленность социокультурного продукта на молодежную аудиторию, с одной стороны, которая весьма информирована с точки зрения новинок и тенденции, включая социокультурную сферу, с другой – наиболее социально активна, коммуникабельна. При создании этномузыкального проекта учитываются вкусы и потребности профессионалов в области музыкального искусства и в сфере фольклорного сообщества, так как данная категория аудитории является разборчивой, высоко требовательной и весьма активной, однако, в большинстве своем, представлена людьми старшего возраста. Отметим, что особое внимание в последнее время уделяется вовлечению молодежи, для которой фольклор и актуализируется. Конечно же необходимо отметить значимость и роль погружения молодежи в социокультурную жизнь, а тем более прививание и стимуляцию интереса к фольклору как традиционному национальному наследию.

Эффективными инструментами при анализе социокультурной среды и культурного продукта считаются наблюдение, фокус-группы, опросы, интервью, эксперименты, digital-технологии в виде цифровых ресурсов и информационно-аналитических площадок и мн. др. При этом применяются различные виды маркетинговых анализов, как то SWOT-анализ (исследование внутренней и внешней среды по четырем категориям: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы), ABC-анализ (анализ финансовых, организационных, технических, художественно-творческих, рекламных и других ресурсов), PEST-анализ (анализ неконтролируемых внешних обстоятельств и условий реализации проекта, включая социокультурную политику, экономику и технологии), маркетинговый аудит (независимый анализ деятельности социокультурного проекта), бенчмаркетинг (сравнительный анализ реальных и эталонных показателей проектной деятельности).

Второй этап – прогнозирование структуры разрабатываемого проекта. Суть прогнозирования состоит в предсказании возможных,

социальных, экономических и других проблем и в определении путей и технологий их решения. Безусловно, прогнозирование определяет вероятностные параметры, варианты будущих ситуаций и их решения на основе выявленных закономерностей без категорического утверждения. Основными прогностическими подходами при этом выступают генетический или поисковый, при помощи которого проблемы выявляются на основе продления актуальных тенденций в будущее и телеологический или нормативный, основанный на оптимизации разрешения перспективных проблем по заданным критериям. Социокультурная сфера как сложный, многоаспектный, подвижный объект прогнозирования более всего оперирует системным подходом в виду его комплексности (неразрывности исследуемых элементов), согласованности генетического и нормативного подходов, непрерывности прогностических операций, вариативности (в виду не линейного типа развития изменения в социокультурном пространстве) и обязательной верификации возможных прогностических решений.

На этапе прогнозирования формируется предпрогнозная программа, моделируется объект прогнозирования и его фон (воздействие объекта на внешнюю среду) и вырабатываются руководства для дальнейшего управления проектом. Прогнозирование во многом опирается на технологический и методический аппарат социологии. Значимыми работами для нас в данной области знаний послужили труды В.М. Петрова, исследовавшего становление, теорию и методологию прогнозирования в сфере культуры («Прогнозирование художественной культуры») [Петров, 1991]; Н.Т. Арефьевой «Прогнозирование социокультурного развития: теоретико-методологические подходы» [Арефьева, 2010], определяющей специфику прогнозирования социокультурного развития, анализирующей эффективность различных прогностических подходов, определяющей современные методы прогнозирования в социокультурной сфере; А.Я. Флиера «Социокультурный прогноз на XXI век» [Флиер, 2002], исследующего современное состояние социокультурной сферы, процессы и

тенденции в ней происходящие, также автором очерчиваются проблемно-целевые участки и варианты их решений; Р.В. Ленькова «Социальное прогнозирование и проектирование» [Леньков, 2013], в котором теоретически обосновываются, анализируются и систематизируются прикладные разработки специалистов в данной области, рассматриваются сущностные характеристики социокультурного прогнозирования, а также прогнозируются и моделируются конкретные проблемные ситуации в современной отечественной социокультурной сфере и др.

Третий этап – проектирование и фиксация последовательности технологических операций, этапов проекта, с оценкой ресурсов и стоимости предстоящих работ.

На данном этапе создаются возможные модели проекта с точки зрения художественного аспекта (варианты концептуальных художественно-музыкальных решений, набрасываются эскизы возможных композиций, моделируются сценические образы, рассматриваются варианты имиджа коллектива, концертной подачи музыкального материала и мн. др.); с точки зрения организации создаются оптимально соответствующие модели организационной структуры в соответствии с масштабом и наполнением проекта (набрасываются звенья структуры и их административная соподчиняемость, задачи, обязанности и другие организационные элементы); прогнозируются маркетинговые, рекламные и PR-стратегии и модели для продвижения проекта, роста потенциальной аудитории и налаживания коммуникаций в социокультурной среде. Данные модели этномузыкальных проектов создаются на основе результатов маркетинговых исследований, с учетом актуальных тенденций в музыкальной и этнокультурной сферах, а также художественных и музыкальных предпочтений участников проекта и их сильных сторон в творческом аспекте.

Следующий (четвертый) этап – подготовка необходимой документации и нормативного проектного документа. Это непосредственно

связано с делопроизводством и не требует детального рассмотрения в рамках диссертационного исследования.

Пятый этап – реализация проекта. Создание самого проектного культурного продукта представляет сугубо художественно-творческий процесс, конечно, не без воздействия организационно-управляющих структур (продюсер, режиссёр, заказчик и т.д.), которые заинтересованы в соблюдении сроков формирования и реализации проекта и в его качественном соответствии, а чаще всего в соответствии ожиданиям и потребностям потребительской аудитории. На этапе создания социокультурного проекта продумываются все процессы как художественного, так и организационного порядка. Так художественный аспект проектной деятельности включает выработку репертуарной политики, особенностей и акцентов в музыкальной и артистической подаче музыкального материала, определение состава творческого коллектива, внешний облик участников и другие элементы художественного образа коллектива. Организационный аспект включает подбор квалифицированных кадров в сферах как организационно-технического персонала (концертный менеджер, тур-менеджер, ассистенты, агенты, промоутеры, менеджеры по связям с общественностью, PR- и рекламные специалисты и т.д.), так и конкретные специалисты в артистической индустрии (звукорежиссеры, звукооператоры, осветители, клипмейкеры, дизайнеры одежды, режиссеры-постановщики, музыкальные продюсеры и многие другие).

Каждый конкретный этномузыкальный проект имеет свой уникальный музыкальный формат, как то определенный состав музыкальных инструментов и вокалистов, артистическую манеру коммуникации со слушательской аудиторией или, как вариант, абстрагированность от конкретного контакта с ней (конечно, последняя редко встречается у этномузыкальных коллективов, но вполне может быть использована для привлечения внимания), вокально-музыкальную направленность с точки зрения этнокультурной сферы (стилизация под фольклор, приближенность к

более аутентичным первоисточникам, синтезирование музыкальных стилей как неофольклорный тип этномузыкальных коллективов). Также отметим и нацеленность каждого конкретного этномузыкального проекта на определенный контингент аудитории, например, а

Ансамбль Дмитрия Покровского в современных реалиях более ориентирован на сегмент профессиональных музыкантов, фольклористов, любителей и ценителей фольклора, ансамбль «Русская песня» под руководством Н.Г. Бабкиной апеллирует к массовой аудитории. При этом можно проследить и взаимосвязь внешнего облика или сценического образа этномузыкального проекта со слушательской аудиторией проекта. Так образы участников Ансамбля Дмитрия Покровского в настоящее время весьма строгие и лаконичны, артисты «Русской песни» наоборот облачены всегда креативно, пестро, нарочито сценично.

Все художественные элементы, используемые коллективом (внешний облик участников, включая костюмы, визуальный ряд, манера исполнения, манера общения с публикой и СМИ и т.д.), складываются в единый т.н. образ-концепт, направленный на формирование неповторимого имиджа проекта, впоследствии преобразуемого в бренд как наиболее востребованной, узнаваемой и актуальной формы культурного продукта для его узнаваемости и эффективного продвижения в социокультурной сфере. Образ-концепт нами употребляется в данном контексте вслед за И.А. Тарасовой, которая исследовала категории «образ» и «концепт», как «индивидуальное образование, включающее предметный, понятийный, образный, ассоциативный, символический и ценностно оценочный слои» [Тарасова, 2009]. При этом оговоримся, что в сценическом пространстве, образ-концепт не только то, что создается непосредственно артистом, но и то, что фиксируется в виде впечатлений и ассоциаций у зрителя. Конечно, необходимо охарактеризовать понятие имиджа и его компонентов, но сначала приведем образное понимание Ж. Дюрана, который говорил, что между объектом и субъектом существует область, заполняемая

воображением субъекта (цит. по: [Королева, 2015, с. 148]). Эта область и есть представление (образно-чувственное, эмоционально окрашенное) субъекта об объекте. Понятие имидж в дословном переводе с английского означает «образ», однако все-таки в современном понимании это нечто большее и одновременно более конкретное – конкретно зафиксированное представление о ком-то или о чем-то. Существует множество трактовок данного термина, одной из наиболее подходящих к сфере культуры искусства мы считаем следующую: это «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа, эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо» [Головин, 1997, с. 134], при этом отметим значительный труд в данной области В. Л. Бозаджиева, исследующего явление, понятие и воздействие имиджа с точки зрения психологии и анализирующего различные версии понимания данного термина. Под брендом в сфере искусства и культуры мы понимаем сочетание устойчивых ассоциаций у потребительской/ слушательской аудитории, отражающих индивидуальность и неповторимость продукта, создающих конкурентное преимущество на социокультурном рынке. О. И. Зырянова, анализируя *технологии бренд-менеджмента* в социально-культурной сфере, определяет бренд в данной сфере как «бренд, который функционирует в сфере культурных услуг и основной технологией его является создание образа творца и его культурных ценностей» [Зырянова, 2011, с. 271]. Безусловно, для успешного брендинга необходимы яркие, характерные, запоминающиеся и, не побоимся этого слова, броские элементы в имидже коллектива. Большую роль в данном процессе играет и личностный фактор: личность лидера коллектива и/или личности участников. Основная цель при этом формирование устойчивой узнаваемости, уважения и симпатии аудитории к личностям, а значит и к их деятельности – поставляемому культурному продукту. Приведем слова успешного предпринимателя, бизнес-консультанта и автора книг в области маркетинга М. Ньюмейра «Лидером является не тот бренд, который первым вошел на рынок, а тот, который

первым вошел в сознание людей» [Ньюмейер, 2015, с. 50]. Так и здесь мы еще раз подчеркнем, что нацеленность на аудиторию и понимание ее вкусов, интересов, образа мышления должны постоянно учитываться на всех уровнях и этапах проектирования. То есть в процессе существования проекта выстраивается схема: образ – имидж – бренд – репутация [Мамаева, Мацько, 2017], действующая, с нашей точки зрения, в прямом и в обратном порядке, при этом в социокультурном пространстве ее характерными чертами являются долговременность создания и краткосрочность обладания. То есть все элементы данной схемы должны находиться в постоянном балансе и стабильно подпитываться качественной деятельностью создателей культурного продукта.

В рамках данного этапа (реализации проекта) проводятся регулярные репетиции с целью воплощения высокохудожественного, профессионального и яркого культурного продукта. Разучиваются шоу-программы, срежиссированная и насыщенная художественно-техническими средствами, с учетом современных тенденций в концертной музыкальной сфере, так как важно захватить зрительское внимание на всех уровнях восприятия, которое в последнее время усугубилось чрезмерной разборчивостью в виду уплотнения информационного и зрелищного потока.

На этом же этапе выпускаются деморолики (пробные видео и аудио записи музыкального материала), видеоролики (выступления с концертов, репетиционные записи, видео-обращения к слушательской аудитории и пр.), снippets (мини фрагменты из клипов или хореографические постановки на музыкальный материал коллектива), проводятся фотосессии и прочие мероприятия, как то снимаются музыкальные клипы, записываются треки, альбомы и другие промо и контент материалы как для создания портфолио этномузыкального проекта, так и для наполнения социальных сообществ и персонального сайта коллектива. Так, например, в социальном сообществе ансамбля «Русская песня» (<https://vk.com/folkteatr>) регулярно обновляется фото и видео контент с концертов, спектаклей, а так же репетиций, интервью

и съемок, что является частью PR-стратегии, позитивным примером открытости в коммуникации со своим зрителем, а так же демонстрирует событийную насыщенность художественного процесса.

Реализация проекта в социокультурной сфере связана, как правило, с проведением мероприятия, демонстрирующего или презентующего культурный продукт – представление результатов проекта (*шестой этап*). В рамках музыкальных проектов данный этап представляет собой график выступлений, то есть активную концертно-событийную деятельность, включающую мероприятия на коммерческой и некоммерческой основах закрытого и открытого характера как в прямом (например, опен-эйр), так и в переносном смысле (массовая доступность), фестивалях, телевизионных передачах, медийных проектах и мн. др. Концертная деятельность, а именно организация площадок для выступлений, условий (технического, организационного и финансового характера), логистики и многих других организационных моментов прорабатывается, организационно-управленческим отделом проекта, который в конкретных проектах может быть представлен как целым менеджерским отделом, так и отдельными лицами, специализирующимися в областях менеджмента и маркетинга.

Следующий этап – оценка и корректировка проекта. На данном этапе осуществляется оценка всех аспектов проекта (художественного, организационного, инвестиционного, правового и т.д.) при помощи сопоставления количественных и качественных показателей эффективности. В целях проведения данной процедуры проводятся анкетированные опросы, ревизии, экспертные оценки, фокус-группы. Социокультурные проекты анализируются по критериям результативности (в нашем случае рассматриваются творческие достижения) и рентабельности или эффективности (сопоставляются результаты и затраченные ресурсы). С точки зрения художественного аспекта анализируются креативность/уникальность концепции, музыкальный материал (дорабатываются аудио записи, отшлифовываются концертные версии музыкальных треков и т.п.),

концертные выступления (с точки зрения режиссуры, сценарной программы, артистической манеры и подачи), имидж коллектива (сценические костюмы, антураж) и другие составляющие на предмет соответствия и взаимодействия этих элементов, то есть оценивается целостный художественный образ коллектива, его актуальность; конкретизируется ниша в музыкальном и фольклорном пространстве, а так же степень воздействия проекта на аудиторию. Как правило, на данном этапе в организационном отделе (включая маркетинговый, пиар-отдел, административные единицы) осуществляется реорганизация или трансформация, а именно расширяется штат, если этномузыкальный проект набирает популярность или оптимизируется, если изначально было заложено большее количество человеческих ресурсов, чем фактически требовалось. Уточняется реальная аудитория проекта, сопоставляется с потенциальными желаемыми ее сегментами, на основе чего выявляются успешные механизмы и каналы продвижения проекта. В соответствии с данными показателями корректируются PR- и рекламная кампания. Наиболее ярко процессы корректировки этномузыкального проекта проявляются в трансформации художественного аспекта, например, эксперименты по синтезированию музыкального фольклора с актуальными согласно модным тенденциям музыкальными стилями ансамбля «Русская песня». На данном же этапе могут привлекаться дополнительные инвестиционные или финансовые ресурсы, как в плане подключения дополнительных инвесторов, спонсоров и т.п., так и с точки зрения использования современных технологий фандрайзинга как привлечения сторонних ресурсов для развития проекта, в виде добровольных пожертвований или более конкретного инструмента – краудфандинга – сбора средств под конкретные нужды или цели.

Восьмой этап – продвижение проекта. Продвижение социокультурного продукта включает три необходимых компонента, а именно рекламу, прямой маркетинг и общественные связи. Последний компонент требует особого внимания, так как функции социокультурной

деятельности и особенно культурно-просветительная культуротворческая и коммуникативная (в частности функции социализации личности), а главное образование и воспитание личности через приобщение к культурным ценностям, определяют ее содержательные основания. С данного ракурса социокультурный проект – это проект, нацеленный на сохранение и трансляцию подлинных культурных ценностей, то есть он выступает культурным эталоном (культурным брендом), соответственно продвижение данного проекта направлено на поддержание, укрепление и развитие статуса эталонности. Продвижение и реклама проекта выстраиваются поэтапно, по сути, представляя собой те же этапы проектной деятельности. Так на аналитическом этапе продумывается стратегия продвижения, при этом учитываются результаты маркетинговых исследований и анализ ресурсов проекта (творческих, организационных, технических, финансовых и т.д.). На этапах проектирования и прогнозирования данная стратегия дорабатывается и структурируется в четкую схему, представляющую график из конкретных инфо-событий, акций, мероприятий, с применением определенных технологий продвижения, прописываются временные сроки и определенные результаты от ее применения.

Реализация стратегии продвижения, сформулированная на предыдущих этапах создания проекта, основывается на применении *PR-технологий*. К эффективным социокультурным PR-технологиям относится активная коммуникация со СМИ: телевизионные и радио эфиры, участие в шоу-проектах, передачах, различные интервью, статьи и многое другое. Всё это можно отнести к т.н. «продвигающим текстам», [Ухова, с. 119] т.е. информации, направленной на продвижение того или иного продукта. При этом изучение характера распространения и потребления такой «информации обнаруживает <...> радикальное родство телевизионной и фольклорной культуры, кардинальную взаимосвязь телевизионных предпочтений и сопутствующих им инструментов информационной "фольклоризации"» [Богданов].

В последнее время появляется все больше площадок для продвижения этнокультурного продукта. Из относительно новых информационных ресурсов в сфере этнической культуры назовем русский народный телеканал «Жар-птица»¹, радиостанция «Русский фольклор New and Old», подкасты и передачи на радиостанциях «Вера» и т.д. В рамках социокультурной программы, под влиянием социокультурных процессов, происходящих в нашем обществе, проекты в сфере этнической культуры получили широкое распространение и в эфирах государственных и региональных телеканалов. Телеканал НТВ одним из первых крупных государственных медиа платформ стал расширять границы, а порой и стирать их в отношении музыкального формата, негласно введенного с 2000-х годов в виде ротаций популярной массовой музыки с определенными требованиями к трекам, что вылилось сразу серией телепередач и шоу, где стала звучать этническая музыка во всем ее разнообразии. Так с 2022 года стартовало развлекательное шоу «Страна талантов», в котором участники со всех уголков нашей страны демонстрируют свои навыки, умения и таланты в различных сферах искусств. Характерная особенность шоу в нацеленности на народное творчество. В 2024 г. в новогоднюю ночь в эфире программы «Квартирник у Моргулиса» выступили Н.Г. Бабкина с ансамблем «Русская песня» и группой «После 11», Пелагея, Тина Кузнецова с группой Zventa Sventana, то есть целая плеяда знаковых и известных исполнителей в сфере этномузыкальной культуры. В шоу-проекте «Голос» также часто принимают исполнители в жанре этнической музыки, как например, Тина Кузнецова (2 сезон – 2013 г.), шоу «Голос. Дети» – Таисия Подгорная (3 сезон – 2016 г.), Мария Борокова (3 сезон – 2016 г.), Митя Пуховской (6 сезон – 2019г.) и т.д. Начало телепередачи «Поле чудес» стали украшать исполнения народной музыки. Так же отметим и телепередачу «Ну-ка, все вместе», в 2019 году победителем которой стал этномузыкальный коллектив «Русский праздник». Конечно, мы

¹ официальный сайт телеканала <http://zhar-ptica.tv>

перечислили лишь несколько самых ярких и успешных примеров демонстрации народной музыки в медийном пространстве, однако даже они показывают большую современную открытость данной сферы к национальному колориту по сравнению с жестким музыкальным форматом еще несколько лет назад. Сейчас можно констатировать, что данные площадки служат эффективным средством продвижения этномузыкальных коллективов и, как следствие, актуализации фольклора.

Продвижению социокультурного проекта способствуют и другие инструменты, такие, как различные виды рекламы в социальных сетях, интернет-ресурсах, музыкальных площадках, стриминговых сервисах, поисковиках и других цифровых платформах. К эффективным видам рекламы относятся контекстная, таргетированная, ремаркетинг и ретаргетинг, тизерная, нативная, видеореклама и мн. др. Д.А. Семин в исследовании «Особенности интернет-продвижения социального проекта» указывает на доступность, технологичность и результативность применения социальной сети ВКонтакте при продвижении социального проекта [Семин, 2019]. В действительности сервис ВКонтакте был значительно преобразован за последнее время, в нем появились эффективные настройки рекламы, различные приложения и виджеты, помогающие самостоятельно успешно рекламировать конкретный продукт. Аналогичная ситуация складывается и в социальных сетях Телеграмм, Одноклассники, так же оперирующих большим арсеналом рекламных инструментов. то направление более чем остальные привлекает к себе умы ученых. Мы не будем вдаваться в детальные подробности, ведь рекламные инструменты и технологии даже конкретного социокультурного продукта представляют широчайшее поле для научного изучения и анализа, что не входит в рамки данного исследования.

Выработанная стратегия продвижения проекта корректируется (при необходимости) в ходе своей реализации.

Каждый проект имеет сроки реализации, а в долгосрочных социокультурных проектах существует цепочка из четко очерченных по

времени выполнения мини-проектов. С этой точки зрения этномузыкальные проекты весьма специфичны, так как в планах каждого из создателей данного рода проектов первична творческая самореализация, которая сложно поддается количественным и временным характеристикам. Однако, все же часто намечаются временные этапы становления и развития проекта (в основном это характерно для продюсерских проектов или проектов, находящихся в структуре кого-либо лейбла) для выявления и корректировок в проекте слабых сторон и элементов, поддержания и укрепления положительных аспектов. При этом на каждом из этих временных интервалов должны проводиться дополнительные исследования технологий позиционирования, брендинга и продвижения с целью улучшения качества продвижения проекта. Художественный аспект также должен подвергаться постоянным экспериментам, видоизменениям и нововведениям, чтобы соответствовать тенденциям в социокультурном пространстве и увеличивать конкурентоспособные качества проекта.

Таким образом, применение проектной деятельности как социокультурной технологии способствует созданию, реализации и успешному продвижению сильного конкурентоспособного музыкального этнокультурного продукта, помогают достижению запланированных результатов, минимизируя и рационализируя затрачиваемые ресурсы. При этом все организационные этапы должны контролироваться, а лучше и выполняться квалифицированными менеджерами, знающими и любящими создаваемый продукт.

Создание, реализация и продвижение этномузыкальных проектов – весьма молодое направление для исследований, требующее всестороннего анализа существующих проектов, адаптации имеющихся технологий, инструментов и алгоритмов социокультурного проектирования. Важно отметить, что этномузыкальные проекты являются значимыми для социокультурной сферы с точки зрения сохранения и передачи культурного наследия, относятся к проектам музыкальной культуры и фольклорной

культуры. При этом специфика данных проектов кроется в особенностях этнической музыки, представленной различными стилями и жанрами, каждый из которых имеет особую слушательскую аудиторию со своими вкусами, потребностями и особенностями. Ведь процессы актуализации фольклора напрямую зависят от популяризации этнической музыки среди широкой общественности, то есть выстраивание коммуникации со слушателем красной нитью проходит сквозь все этапы этномузыкального проектирования. Но, в отличие от других проектов современной музыкальной культуры, представители которых в попытках удержать и привлечь зрителя готовы к применению агрессивных методов воздействия на аудиторию, упрощению художественной составляющей текстов культуры (примитивизации поэтического языка и музыкальной ткани произведения, использовании нарочито провокационных образов и т.п.), проектирование в этномузыкальных коллективах имеет преимущество в виде особого статуса в социокультурной сфере, подчеркивающего их направленность на сохранение культурного наследия, и, одновременно, ограничения в творческом аспекте, в методах и инструментах продвижения и рекламы.

2.2. Музыкальный менеджмент как социокультурная технология актуализации фольклора

Тема музыкального менеджмента в современном научном пространстве предстает магистральным направлением для исследований в самых разнообразных областях знаний, так как имеет междисциплинарную специфику. Являясь особой сферой теории и практики в современной культуре, он (музыкальный менеджмент) опирается на знания и эмпирический опыт общего менеджмента и арт-менеджмента.

В научном дискурсе существуют разные трактовки термина менеджмент, которых насчитывается более трехсот. Подчеркнем, что каждая из трактовок раскрывает разные грани менеджмента как явления, как

процесса, как системы, как отрасли научных знаний, как искусства управления. Наиболее общим является определение Ожегова С. И. как «искусства управления интеллектуальными, финансовыми, материальными ресурсами [Ожегов, 1997].

Как *вид человеческой деятельности менеджмент* зародился во времена появления общин, где уже формировались первичные механизмы организации и управления тем, кто и чем занимается, кто распределяет обязанности. Согласно Н.И. Кабушкину [Кабушкин, 2009] можно рассматривать следующие периоды становления и развития теории и практики менеджмента: древний период (IX тысячелетие до нашей эры – XVIII век), индустриальный период (1776–1890 гг.), период систематизации (1856–1960 гг.), информационный период (1960 гг. – по сегодняшний день). Его формирование произошло в результате управленческих революций, которые А. И. Кравченко трактует как радикальную смену управленческой парадигмы, «поворотный момент в теории и практике управления, приводящий к переходу от одного качественного состояния менеджмента к другому» [Кравченко, 2003]. Р. Ходжеттс выделяет три революции (религиозно-коммерческую, светско-административную и производственно-строительную) [Hodgetts, 1975.]; А. И. Кравченко [Кравченко, 2005], Н. В. Кузнецова [Кузнецова, 2001], Н. Е. Ревская [Ревская, 2001] описывают пять, дополняя предыдущую схему еще двумя: индустриальной и бюрократической. Г.Б. Баканов [Баканов, 2014] указывает на:

- религиозно-коммерческую революцию (IV тыс. до н.э.) – формирование рабовладельческих государств на Древнем Востоке, зарождение письменности послужило толчком к образованию особого слоя жрецов – «бизнесменов», которые осуществляли управленческую деятельность;
- светско-административную или революцию «Хаммурапи» (1792– 1750 гг. до н.э.), связанную с отделением светской системы управления от

- государственной, возникновение рынков сбыта; владельцы капитала сами вели дела, а главной целью управления было получение прибыли;
- производственно-строительную революцию, приходящуюся на время царствования Навуходоносора (605-562 гг. до нашей эры) и направленную на соединение государственных методов управления с компетентным контролем над деятельностью в сфере производства и строительства;
 - корпоративную революцию Средних веков, проявившуюся в господстве профессиональных цехов или гильдий, основанных на взаимном сотрудничестве, при этом регулирование отношений происходило, в том числе, в рамках морали, а не только экономики (вторая волна данной революции приходится на период Ренессанса, когда появились первые банки, расширились и усложнились торгово-экономические и производственные связи);
 - индустриальную революцию (XVII – XVIII в.), связанную с возникновением профессионального управления, формированием компонентов управления, таких как: формирование общих целей, контроль над их реализацией, планирование, делопроизводство и организация систем закупок и сбыта продукции;
 - бюрократическую революцию или менеджмент-бум (конец XIX в. – 70-е гг. XX в.), результатом которой является формирование крупных иерархических структур, установление должностных обязанностей и системы ответственности;
 - постиндустриальную революцию (80 гг. XX в. – по сегодняшний день), связанную со становлением научного менеджмента, обусловленного появлением предприятий-гигантов и их сложных объединений, усложнением технологических процессов, возникновением необходимости повышения компетенций управляющего персонала, систематизации и усовершенствовании всего подхода к управлению.

Для нас столь подробная периодизация важна не только потому, что она показывает длительный путь существования менеджмента, но и дает представление обо всех аспектах менеджерской деятельности. При этом значимым становится рассмотрение менеджмента как совокупности управленческих методов и приемов, т.е. как определенной *технологии*. Рассмотрение менеджмента как технологии характерно для культурологической мысли XXI в. – периода, когда «управление превращается в самостоятельный культурный феномен» и «перестает осуществляться посредством только официальных инструментов» [Патракова, 2010, с. 3–4].

Управлять людьми, коллективом – это не только осуществлять определенный алгоритм действий, но и уметь подобрать нужные стратегии, подходы к конкретным ситуациям. М. Али и С. Бруксон придерживаются точки зрения, согласно которой менеджмент является, прежде всего, *искусством* управления, «суть которого состоит в применении науки (основ организационного знания в области управления) к реальностям любой ситуации» [Али, Бруксон, 2004]. Искусство менеджмента включает в себя ряд компетенций, в том числе: владение речевым мастерством, знание психологии, социологии, экономики в их культурно-антропологических измерениях и многое другое и предполагает не только «максимальное» получение прибыли, но и оптимизацию всего производства, организацию людей в наиболее эффективном ее виде, используя все накопленные теоретические аспекты и творческие подходы и решения. Успешное управление основывается и на личностных качествах самого менеджера, таких как талант, интуиция, воображение, креативность, коммуникабельность, интуиция, творческие способности, моральные установки, нетривиальные подходы, если того требуют обстоятельства, готовность к восприятию нового и принятию решений, ответственность. Как пишет Г.Б. Баканов менеджер – это «личность, обладающая способностями управленца и настроенная прагматично» [Баканов, 2004].

Одновременно с этим, *менеджмент* – это область *научно-практической деятельности*, занимающаяся разработкой методов управления сферами социокультурного производства в современных условиях. Становление менеджмента как науки начинается еще в древности с рассмотрения в философских трактатах идей правильного управления обществом, идеального развития государства (Мэн-цзы, Сюнь-цзы, Мо-цзы, Каутилья, Платон, Аристотель и др.). Эти идеи развиваются в дальнейшем, дополняясь поиском механизмов управления (М. Макиавелли). Самостоятельная теория управления окончательно формируется в трудах Ф. У. Тейлора [Тейлор, 1991]. Значительный вклад в развитие данного научного направления внесли Г. Эммерсон, исследовавший вопросы эффективности и производительности труда [Эммерсон, 1992]; Г. Форд, сформулировавший основные принципы организации производства [Форд, 2014]; А. Файоль – основоположник классической школы менеджмента, разработавший ключевые операции управления, к которым отнес предвидение (планирование), организацию, распорядительство, координирование и контроль, а также функции управления [Файоль, 1923]; британский консультант по менеджменту и философии бизнеса Л. Ф. Урвик, исследовавший организацию управления производством, создал всеобъемлющую теорию управления, объединив накопившиеся исследования в труде «Элементы делового администрирования» [Urwick, 1944]; немецкий социолог, философ, историк и политический экономист М. Вебер, изучавший проблемы лидерства, автор значительных трудов в данной области [Вебер, 1923; Вебер, 2016]; историк, юрист, представитель административной школы управления Г. Черч, анализировавший структурные вопросы производства и управления на предприятии в труде «Основы управления производством» [Черч, 1927]; представители школы психологии и человеческих отношений Г. Мюнстерберг, исследовавший проблемы руководства предприятием с точки зрения психотехники «Психология и эффективность промышленности» [Munsterberg, 2011]; одна из основательниц современной

философии управления, анализировавшая командную мотивацию, социолог и консультант по управлению М. Фоллетт, автор многочисленных трудов, включая «Творческий опыт» [Follett, 2013], соавтор сборника «Динамичное администрирование» [Dynamik Administration: The Collected Papers of Mary Follet, 2003], «Пророк управления» [Follett, 2003]; бизнесмен, государственный администратор, автор знаменательного труда «Функции руководителя» Ч. Бернард [Бернард, 2012]; А. Маслоу – американский психолог, основоположник теории иерархических потребностей и гуманистической психологии, автор многочисленных трудов, включая «Мотивация и личность» [Маслоу, 2003; Маслоу, 2019] «Маслоу о менеджменте» [Маслоу, 2003] и т. д. Становление менеджмента как науки произошло благодаря сбору и обобщению полученного опыта новаторами и теоретиками, систематизировавшими все знания и умения практической сферы. Процесс накопления практического опыта в данной области знаний завершился лишь на рубеже XIX–XX века [Костенко, Михалкина, 2014, с. 20]. Основоположником рационального менеджмента является П. Друкер – автор знаковых трудов в области менеджмента «Эффективный руководитель» [Друкер, 2014], «Управление бизнесом» [Друкер, 2011], «Классические работы по менеджменту» [Друкер, 2019].

Формирование и развитие менеджмента учеными рассматривается по-разному. О. Виханский выделяет три этапа развития управленческой мысли XX века: описание и анализ практического опыта управления (с работ Ф. У. Тейлора до начала 60-х годов); формирование системного подхода (60-80-е гг. XX века); ситуационный подход, исследование управленческих отношений и организационной культуры (80-90-е гг. XX века) [Там же, с.23]. Менеджмент как научную дисциплину М. Седак характеризует «как аккумуляцию и по определенным правилам и логически упорядоченные знания, представляющие собой систему принципов, методов и технологий управления, разработанных на основе информации, полученной как

эмпирическим путем, так и в результате исследований в различных областях науки» [Седак. Сущность и содержание теории менеджмента].

Ряд ученых рассматривает менеджмент как единство науки и искусства управления. Например, А. И. Орлов подчеркивает, что «Менеджмент – это не только наука, но и искусство управления. <...> Реальное управление <...> – скорее искусство, чем наука» [Орлов, 2030, с. 5].

В современных условиях менеджмент рассматривается как междисциплинарная область знаний, при этом Н. Ю. Кийкова, например, пишет, что функции менеджмента расширяются и гуманизируются, то есть все больше становятся направлены на обеспечение социально-культурного развития общества [Кийко, 2010, с. 22-24]. В основном при анализе управленческих процессов используются процессный, системный, ситуационный и количественный подходы. Так М. Огье и Д. Дж. Тис, описывая актуальные тенденции и наработки в области современного научного менеджмента, указывают на то, что продолжают теоретические разработки в данной области ведущими школами бизнеса США и Европы, которые перестроили структуру менеджерского образования от бизнес-модели, содержащей сугубо практические руководства, в расширенную версию теоретико-практической модели с рациональным соблюдением пропорций бизнеса и науки в данной области; в России разрабатываются технологии менеджмента и подготавливаются профессиональные кадры в целях повышения конкурентоспособности национального продукта [Огье, Тис, 2004].

Следовательно, в настоящее время можно говорить о том, что менеджмент сформировался в научную дисциплину, освещающую разнообразные вопросы практической управленческой деятельности и дающую ее теоретико-методологические обоснования.

Менеджмент в сфере культуры и искусства (арт-менеджмент) представляет комплексную целенаправленную интеллектуальную и хозяйственную деятельность [Переверзев, 2010, с. 10], являясь

междисциплинарной областью знаний, и обусловлен специфичной динамикой сочетания традиционных и модернизационных факторов. Методы, формы и технологии менеджмента воспринимаются культурной средой, которая в свою очередь проецирует потребности и запросы в сферу управления и продвижения. Менеджмент в сфере культуры представляет достаточно обширное поле деятельности, при этом каждая конкретная область его применения имеет свои специфические особенности. Арт-менеджмент понимается и как «профессиональное управление процессом создания художественных ценностей (материальных и духовных), продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности авторов, режиссеров, исполнителей и организационных усилий коллектива организации (продюсерского центра, фирмы)» [Новикова, 2006, с.22]. Можно полагать, что данное определение освещает лишь одну из граней арт-менеджмента, не представляя целостной картины о самом явлении и его месте в системе научных знаний. В зарубежном понимании арт-менеджмент является не только совокупностью технических методов и подходов, но еще и специфичной субкультурой. Основные сферы его применения – это шоу-бизнес, арт-индустрия, индустрия средств массовой информации, сфера социально-культурной деятельности, народного творчества, индустрия досуга, т.е. всё то, что входит в понятие *артосферы*. Опираясь на трактовку данного понятия Суминовой Т.Н. [Суминова, 2013, с. 102], под артосферой мы понимаем особое социокультурное пространство, являющее собой целостный многофункциональный комплекс, вбирающий создателей искусства, художественные практики, развлечение и досуг, построенные на художественных материалах, творчество и ремесло, системы распространения художественных продуктов, обеспечивающую их деятельность (финансовую, правовую, управленческую, критическую, образовательную и т. д.), а также саму аудиторию художественной культуры. Артосфера (понятие в рамках нашего исследования наиболее точно и емко отражающее современную сферу культуры и искусства) воздействует на

индивида с целью его развития, социализации и инкультурации. Немаловажно уточнить, что данная сфера не существует отдельно, она связана с другими сферами общественной жизни, носит этико-ориентированный характер и выполняет социально-преобразующую функцию. Арт-менеджмент связывает все элементы артосферы, выстраивает взаимосвязь аудитории искусства и творцов художественных ценностей, а также организует и администрирует весь творческий процесс, связанный с воспроизведением и распространением произведений искусства и культуры. В научном мире эта тема также вызывает огромный интерес в связи с интенсивным развитием видов менеджмента, с его глобальной ролью в сохранении, распространении, популяризации художественных ценностей, фактором идеалообразования в жизни социума, а также с созданием положительного имиджа отечественного искусства и культуры в мировом пространстве. Как отмечают многие исследователи, экономика и культурная сфера всегда находились во взаимозависимых и взаимодополняемых отношениях, а в XXI в. эта связь еще более усиливается [Арт-менеджмент, 2016].

В современной научной литературе встречаются разные подходы к понятию арт-менеджмент: художественно-сферный, интегративный, маркетинговый, экономический, аксиологический и др.

С точки зрения художественно-сферного подхода арт-менеджмент относится к «спектру прикладных наук» [Суминова, 2019, с.131], и представляет собой «уникальный и значимый ресурс креативной экономики, способствующий эффективной проектной деятельности, влияющей на формирование гармоничной созидательной личности, на модернизацию культуры и качества жизни, ревитализацию светлого начала и привнесения новых смыслов в Хаосмос реальности» [Суминова, 2021, с. 44]. В. С. Лузан называет его функционально-ролевой областью. Для нас это уточнение важно, так как для продвижения этномузыкальных коллективов требуются конкретные практические приемы и инструменты, еще не сложившиеся в

обеспеченную полноценной теоретической основой систему и требующие дальнейшей разработки с учетом творчески-игрового (в феноменологическом смысле) характера художественной деятельности.

С позиций интегративного подхода арт-менеджмент рассмотрен А. С. Ивановой, которая указывает на слияние эстетической и организационной деятельности в технологиях арт-менеджмента, определяемого ученым как «особого вида управленческой деятельности в сфере искусства, который включает процесс создания и распространения художественной продукции» [Иванова, 2016]. Ф. Колбер и И. Эввар отмечают, что «арт-менеджмент находится между теоретической структурой (менеджмент) и социальным сектором (искусство), поэтому о нем можно говорить как о поддисциплине, которая значительно отличается от общего менеджмента» [Колбер, Эввар, 2002, с. 5].

С точки зрения маркетингового подхода как рыночно-ориентированной системы управления арт-менеджмент направлен на удовлетворение культурного потребительского запроса, что отмечается в исследованиях А. К. Кретовой [Кретова, 2017]. Е. А. Макарова, исследуя аспекты управленческой деятельности в арт-сфере, указывает на то, что арт-менеджер – это профессионал, включенный в процесс создания арт-продукта и продвижения его на рынок культурных услуг, «деятельность которого имеет управленческий, предпринимательский характер» [Макарова, 2014, с. 380–384]. То есть технологии маркетинга и арт-менеджмента взаимодополняют друг друга в целях создания, реализации и продвижения культурного продукта или услуги, ориентированных на вкусы и пожелания потребителя.

Л. Ф. Трацевская, исследуя различные аспекты данного вида управления, рассматривает его с точки зрения экономического подхода как «сложный социально-экономический процесс и означает целенаправленное воздействие на трудовые коллективы для организации и координации их деятельности с целью эффективного выполнения стоящих перед

организацией задач» [Экономические основы арт-менеджмента, 2021, с. 6]. В данном же ракурсе арт-менеджмент определяется и И. И. Пригожиным [Пригожин, 2001].

Аксиологический подход представлен в исследованиях Г. Н. Новиковой, определяющей арт-менеджмент как профессиональное управление процессом создания художественных ценностей, продвижения на рынок культурных услуг результатов творческой деятельности [Новикова, 2006].

Исследователи отмечают, что «арт-менеджер должен быть искусствоведом-профессионалом, знающим процедуру потребления, специалистом, знающим потребителя» [Арт-менеджмент, 2016, с. 118–121], что представляется важным и специфичным профессиональным качеством менеджера, действующего в арт-сфере. Вбирая в себя основы общего менеджмента, например, такие принципы как системность, компетентность, комплексность, последовательность, совершенствование, выделение ведущего звена и т.д.; от социокультурного менеджмента цели и задачи, связанные с сохранением и пополнением культурного фонда нашей страны, с улучшением качества услуг и продуктов в социокультурной сфере, а также из других профильных дисциплин, арт-менеджмент на сегодняшний день представляется самостоятельным явлением. В. С. Лузан предлагает рассматривать арт-менеджмент в двух аспектах: и как компонент социокультурного менеджмента, и как самостоятельную систему [Лузан, Арт-менеджмент]. Арт-менеджмент является востребованной областью профессиональной деятельности в связи с «расширением» артосферы как поля художественной практики, появлением новых форм взаимодействия творца и реципиента. Так в музыкальном искусстве появились аудио- и видеозаписи, онлайн-трансляции, онлайн-концерты, интервью и т.д., то есть появилась необходимость в особой профессии, на которую были бы возложены функции управления различными ситуациями, чтобы творец мог всецело заняться созданием и/или воспроизведением художественного

продукта. С другой стороны, некоторые специфические области в тех или иных видах искусств, относящиеся к нематериальному историко-культурному фонду нашей страны, нуждаются в поддержке в виде продвижения на культурный рынок своих артефактов и иных продуктов, чтобы не стать историческим рудиментом. Г. Н. Новикова, В. М. Чижиков и В. В. Чижиков отмечают, что арт-менеджмент является одним из самых актуальных направлений программной деятельности в сфере культуры и искусства, ведь в условиях жесткой конкуренции в данных сферах именно он в определенной мере «программирует» вкусы общественности, предлагая, популяризируя и «продавая» тот или иной «продукт», откликаясь на социально-культурные потребности общества и порождая в том числе модные тенденции. Арт-менеджмент, «управляя» искусством и культурой (координируя и организуя), вбирает в себя свойства художественной среды, в которой действует, и сам становится феноменом искусства и культуры [Арт-менеджмент, 2016, с. 2]. Подобную мысль мы встречаем у В. С. Лузана, который пишет, что он (арт-менеджмент) становится «фактором культуросозидания и встраивается в пространство культуры» [Лузан, Арт-менеджмент].

Арт-менеджмент – «это один из важнейших компонентов социокультурного менеджмента, отвечающий за процессы управления областью искусства и художественной практики» [Арт-менеджмент, 2016, с. 6], опять же подчеркивая взаимосвязь и взаимодополняемость двух явлений, но выделяя арт-менеджмент как функционально-ролевой вид деятельности, тем самым относя его к специфичной области, направленной на художественную культуру в социокультурном пространстве. В рамках данной работы наиболее приемлемым для нас представляется сужение трактовки термина именно до артистического менеджмента. В этом мы солидарны с Т. Н. Суминовой, указывающей на то, что «арт-менеджмент в исполнительских видах искусства (кинематограф, музыка, танец, театр, цирк, радио, телевидение и т.д.), имеющих отношение к шоу-бизнесу корректнее

обозначать и воспринимать как артистический менеджмент, который ориентирован на процессы управления творческой активностью и выстраивание карьеры деятелей арены/сцены» [Суминова, 2019, с.130].

В. С. Лузан пишет, что «Возникновение арт-менеджмента и его превращение в важнейшее научное направление третьего тысячелетия связано с задачами совершенствования социокультурной практики в целом, необходимостью интеграции имманентно взаимосвязанных, но пока целенаправленно не соотносимых областей творческой деятельности (арт-рынка и образования), противоречиями центробежных и центростремительных сил на фоне глобализационных процессов, а также осознанием того факта, что общение человека с миром искусства, которое всегда было насущной потребностью, сегодня приобретает принципиально новые черты» [Лузан]. Являясь достаточно молодой для теоретического осмысления сферой, арт-менеджмент продолжает осваивать технологии и инструменты управления и продвижения. Однако по сравнению с другими научными знаниями его темпы роста и становления в современных условиях значительно быстрее, в том числе в связи и с ускорением технологического развития этих процессов.

Среди множества функций арт-менеджмента особо стоит обратить внимание на маркетинговую функцию, понимаемую как функцию представления и продвижения культурных услуг. В последнее время этому вопросу посвящено много исследований в различных областях знаний. Данная тенденция берет свое начало с трудов американского экономиста и маркетинголога Ф. Котлера, как например, работа «Маркетинг менеджмент» [Котлер, 2018], содержащая теоретические основы маркетинга и практические примеры. Маркетинг как систему разработки, производства, сбыта товаров, предоставления услуг на основе комплексного изучения рынка и реальных потребностей рассмотрен в статье Е.В. Сазоновой, С.А. Фатовой и А.А. Калегинной [Сазонова, Фатова, Калегина, 2020, с. 48–55]. Авторами выделяются основными составляющими продвижения культурных

услуг и продуктов оперативная и доступная информированность о них, доставка дополнительного углубленного контента в данной области (образовательный аспект), мотивация или убеждение в необходимости приобретения данного продукта или получения услуги [там же, с.51]. Мы согласимся с Е. В. Сазоновой, А. А. Калечиной и С. А. Фатовой в необходимости более тщательного информирования потенциальной аудитории в виду сложности в восприятии некоторых культурных продуктов и услуг. Маркетинг в культуре разрабатывался Ф. Колбером и Ив. Эвваром, которые в статье «Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия», указывают на ключевую роль менеджмента и маркетинга, являющегося частью «самого творческого процесса» [Колбер, Эввар, 2017]. Отмечая прочную взаимосвязь маркетинга и налаженных механизмов менеджмента, Н. Н. Королева пишет, что «Специфика маркетингового подхода в сфере культуры и искусства проявляется на уровне создания художественного продукта, на уровне позиционирования и определения целевой аудитории, на уровне продвижения и сбыта» [Королева, 2014, с. 296]. Соглашаясь с данными выводами, мы добавим, что специфика культурного продукта проявляется и в арт-менеджменте как социокультурной технологии, объединяющей процессы по его созданию, реализации и продвижению. Основным методам и приемам арт-маркетинга как способа продвижения произведений современного искусства посвящены исследования Е. А. Муковниной, в том числе «Арт-маркетинг как способ продвижения произведений современного искусства» [Муковнина, 2021], в котором автор характеризует роль арт-маркетинга как технологии привлечения внимания необходимых целевых аудиторий к культурному продукту, при этом особую эффективность в данном ракурсе автор видит в интернет-маркетинге, а именно: маркетинг в социальных сетях и тематических сообществах, контекстную рекламу в поисковых системах, PR-кампанию в Интернете и работу с прессой, вирусный маркетинг. Данные ресурсы успешно используются этномузыкальными коллективами для продвижения своего

творчества, однако вирусный маркетинг мы бы отнесли к весьма спорной технологии привлечения внимания к социокультурному продукту, в виду неоднозначности его восприятия широкой аудиторией. Все же имидж и положительная репутация проекта в данной сфере нам кажется наиболее приоритетными составляющими PR-кампании, нежели прямая и назойливая реклама, не всегда положительно воспринимаемая общественностью. И. Г. Хангельдиева указывает на главенство в искусстве продукта, а не потребителя, то есть «художественный продукт формирует публику», а функции арт-маркетинга достигнуть целевой аудитории, заинтересованной в этом продукте «Специфика арт-маркетинга: ключевые особенности» [Хангельдиева, 2012, с. 118]. Мы разделяем в данном аспекте позицию И. Г. Хангельдиевой, так как деятельность этномузыкальных коллективов направлена в первую очередь на актуализацию и популяризацию музыкального фольклора, а задача маркетинговых служб и отделов выявить потенциальную аудиторию для данного контента.

Следовательно, в сфере культуры искусства в современности арт-менеджмент (управленческая деятельность по созданию специальных условий развития культурного продукта) сливается с арт-маркетингом (технологией продвижения культурного продукта на рынке) и выступают единой социокультурной технологией. Поэтому в данной работе под арт-менеджментом мы понимаем *профессиональную управленческую деятельность в сфере искусства и культуры, направленную не только на организацию процессов создания художественных (материальных и духовных) ценностей (как это понимается большинством исследователей), но и продвижение на рынок культурных форм и результатов творческой деятельности (арт-маркетинг), включающую такие процессы как: планирование, реализацию, организацию и контроль всего цикла по созданию, воспроизведению и продвижению художественных ценностей или художественных услуг.* Для нас принципиально важно нераздельное существование процессов управления (собственно, менеджмента в его

классическом понимании) и продвижения (маркетинга) в рамках арт-менеджмента, так как это наиболее точно отражает его специфику. По верному замечанию П. Друкера, исследующего менеджмент в постиндустриальную эпоху, «перед менеджером стоит задача создания истинного целого, которое есть больше, чем сумма всех его частей» (цит. по: [Муравьев, 2016, с. 54]). Применительно к теме данного исследования это можно трактовать как единство управления процессами создания и продвижения культурного продукта.

К целям арт-менеджмента относятся: создание оптимальных условий для доступа к благам и услугам в сфере искусства; повышение их качества и доступности; создание и применение мер для сохранения и приумножения культурного наследия; организация интегративных и коммуникативных технологий для адаптации отечественной артосферы к современным социально-экономическим условиям. В артистической среде основными задачами, по мнению И. И. Пригожина, известного успешного отечественного продюсера, являются «поиск талантливых исполнителей-артистов, организация их творческой деятельности: подбор репертуара, поиск инвесторов, создание сценического имиджа, планирование карьеры» [Пригожин, 2001, с. 81]. Перечень данных задач в рамках нашей работы представляется нам приемлемым и актуальным, хотя следует учесть, что арт-менеджмент в частном предпринимательстве также должен заботиться, чтобы искусство в шоу-бизнесе оставалось на высоком уровне и в социум поступали позитивные установки правильного отношения к нашему культурно-историческому наследию.

Компоненты арт-менеджмента становятся более отчетливыми при его рассмотрении в контексте процессов социокультурного проектирования в артосфере. Исходя из видов деятельности арт-менеджмент включает:

- 1) Проектно-технологический компонент. Он основывается на концептуальной разработке целостности проекта, детальном планировании всех операционных и функциональных действий и ролей.

2) Художественный компонент включает определение социального заказа, проработку артистического проекта (выставка, театральная постановка, музыкальный проект (группы, исполнителя), перформанс, вокально-хореографические действия и т. д.) с точки зрения художественно-зрительского восприятия и целостности в подаче материала. Он связан с подбором репертуара (в том числе проработка манеры исполнителя, его вокального стиля и музыкальной подачи материала, если это музыкальный проект, или подбор сценария для театральной труппы или театра), сценариев для постановок театрально-артистического действия, произведений художественно-изобразительного характера (организация выставки картин или предметов искусства и т.д.); выбор профессиональной команды, обслуживающей проект (режиссера-постановщика для шоу-программ, хореографа, звукорежиссера, саунд-продюсера, музыкантов, танцоров, имиджмейкера, стилиста, визажиста, костюмера и т. д.), выбором актеров, приобретением костюмов, реквизита, декораций и специальной техники. Так же в данном же поле находится организация и постановка шоу, концертов, представлений с точки зрения, согласованности всех служб в подготовке конечного продукта к его представлению аудитории.

3) Организационный компонент включает всю деятельность, связанную с организационными процессами, а именно аренду помещения (сцены, репетиционной или звукозаписывающей студии, помещения для выставок, презентаций и т.д.), деятельность по организации расписания репетиций, контроль исполнения обязанностей каждым участником проекта. Так он основан на проработке, контроле и администрировании в организации концертов, мероприятий, гастролей и т.д.

4) Маркетинговый компонент или компонент продвижения включает сегментацию рынка, включая анализ целевой аудитории по социально-возрастному, географическому, потребительским предпочтениям и другим признакам, исследует востребованность продуктов арт-индустрии, изучает предпочтения групп аудитории, выявляет наиболее успешные формы

рекламной кампании (телевизионной, баннерной, интернет-рекламой в социальных сетях, радио), распространения и продажи билетов.

5) Информационно-коммуникационный компонент оперирует и применяет PR-технологии, а именно взаимодействует с фан-группами и иными типами групп аудитории, создает информационный контент для реальной и потенциальной аудитории в СМИ и Интернете, организует и проводит презентации, создает информационные поводы и событийные акции, разрабатывает так называемые «легенды», планирует и проводит рекламную кампанию.

6) Финансовый компонент включает составление бизнес плана, включающего описание компании, продукта и услуги, проведение маркетингово-финансового анализа рисков проекта. В данном аспекте находится поиск, распределение и контроль финансов для продвижения товара, составление финансового плана, сметы расходов/доходов, бюджета, а также поиск и финансовый анализ источников инвестирования и др.

7) Правовой компонент включает всю нормативно-правовую, договорно-правовую документацию. В рамках него составляются документы по регулированию нормативно-правовых условий для работы сотрудников и контролируются условия по соблюдению авторских прав.

Стоит отметить, что конкретизация каждого аспекта зависит от специфичности самого продукта или услуги в данной сфере. К функциям арт-менеджмента относят как общие, относящиеся к менеджменту вообще, без конкретизации его специфики, так и специфические, реализуемые в арт-индустрии. К общим, выделяемым нами на основе классификации функций менеджмента в сфере культуры, сформулированной М.П. Переверзевым и Т.В. Косцовым [Переверзев, 2010, с. 43-44], относятся:

- Целеполагание.
- Прогнозирование как процесс предвидения и предсказания.
- Планирование, т.е. определение программы действий, сроков и темпов реализации проекта.

- Принятие решений, основанное на маркетинговом анализе социокультурной сферы и потенциально конкурентных преимуществ проекта.
- Организация. В силу творческого характера художественной деятельности организационные связи в проектах арт-менеджмента отличаются большей гибкостью и вариативностью, учетом психологических аспектов взаимодействия участников и образно-эстетическим характером продукта, также не поддающимся жестким методам воздействия.
- Координация действий.
- Регулирование.
- Мотивация, основанная на грамотном выявлении различных мотивов поведения сотрудников.
- Стимулирование.
- Контроль.

Подчеркнем, что наряду с общими функциями перед арт-менеджментом ставятся и весьма специфические задачи в виду его метафункции в социокультурной деятельности, а именно:

- выявление, удовлетворение и способствование развитию социально-культурных интересов и потребностей разных социальных групп;
- разработка целевых культурных программ и социально ориентированных культурных арт-проектов;
- внедрение и стимуляция к претворению эффективных инновационных методик, движений и механизмов в сфере культуры, способствующих культурному и творческому развитию потенциала потребителей культурных услуг;
- эффективное управление экономическими механизмами организации социально-культурной деятельности.

Следовательно, можно говорить о том, что «Современный арт-менеджмент представляет собой систему целей, принципов, функций и **технологий в социально-культурной деятельности** (выделено мною – А. Ж.), обеспечивающую разработку и реализацию комплекса мероприятий тактического и стратегического характера в соответствии с философией и миссией учреждений культуры и искусства» [Арт-менеджмент, 2016, с.14-15].

Современным проблемам и перспективам развития арт-менеджмента посвящены статьи Е.В. Малек, В.Е. Малек «Российский арт-менеджмент на современном этапе: проблемы и перспективы развития» [Малек, 2021]; М.Д. Татарниковой «Возможности и перспективы развития арт-менеджмента в условиях популяризации современного искусства в России» [Татарникова, 2020]; Е.И. Кочубей и А.М. Саркисян «Состояние и перспективы развития сферы арт-бизнеса в России» [Кочубей, 2017], в которых отмечается неустойчивое состояние современного арт-пространства в виду активации глобализационных процессов, определенным тенденциям в социокультурной политике и другим внешним факторам, непосредственно влияющим на деятельность арт-менеджеров, а именно требующих внедрения инновационных технологий и практических схем в проектировочный процесс в данной сфере, поиску новых проектных решений. Так подчеркнем, что проектировочный процесс не заканчивается этапом реализации культурного продукта, аналитика, моделирование, контроль, трансформация и модификация проекта продолжают на протяжении всего существования проекта, при этом анализ внешней среды (социокультурных условий) – неотъемлемая часть системной и комплексной аналитики.

Исследуя деятельность этномузыкальных коллективов, важно проанализировать их **музыкальный менеджмент**, т.е. арт-менеджмент в сфере музыкальной культуры или музыкального искусства. Это необходимо для понимания общих принципов функционирования коллективов как музыкальных организаций и выявления их специфики, связанной с

содержательной стороной, т.е. как этнических коллективов. Тема музыкального менеджмента является весьма актуальной и насущной, находит свое освещение в диссертационных работах. Например, О. В. Белоцерковский выявил специфику, этапы становления продюсирования, его отличия от менеджмента и описал это в исследовании «Роль продюсера в российском музыкальном академическом искусстве рубежа XX–XXI веков», [Белоцерковский, 2010]. О. А. Гармаш в диссертации «Менеджмент академической музыки в России: генезис явления [Гармаш, 2017] разграничила понятия «музыкальный менеджмент» и «менеджмент музыкального искусства». Т. П. Житнева определила специфику персонального менеджмента музыкального искусства и составляющие профессионально-управленческой культуры музыканта в исследовании «Персональный менеджмент в становлении профессионально-управленческой культуры музыканта» [Житнева, 2005] и т. д. Особую актуальность приобретают исследования менеджмента музыкального искусства с ракурса педагогики и образования, как то труды Д. Г. Родионовой «О профессиональной подготовке музыкальных продюсеров в современном вузе» [Родионова, 2017], «Понятие «менеджмент»: культурные смыслы» [Родионова, 2018], «Музыкальный вуз как менеджер проведения творческих мероприятий в России и за рубежом» [Родионова, 2018]; работы О. В. Кулдыркаевой «Современные технологии арт-менеджмента в музыкальной педагогике» [Кулдыркаева, 2021], О. Е. Шиловой «Дидактические особенности изучения арт-менеджмента студентами музыкальных специализаций в вузах культуры и искусств» [Шилова, 2006] и т. д. Теория и история менеджмента музыкального искусства разработаны в учебных пособиях М. В. Воротного «Менеджмент музыкального искусства» [Воротной, 2013], С. М. Корнеевой «Музыкальный менеджмент» [Корнеева, 2006], О. А. Левко «Менеджмент в музыкальном искусстве» [Левко, 2015], Г. Л. Тульчинского «Менеджмент в сфере

культуры» [Тульчинский, 2009], Л. Кэпелл «Event Management» [Кэпелл, 2013] и т. д.

В широком значении музыкальный менеджмент – это специальная область менеджмента, призванная находить соответствующие методы и приемы, решения и модели, которые эффективно способствуют повышению общественной значимости и рыночной стоимости музыкальной деятельности. Музыкальная деятельность, трактуемая Л. П. Новиковой как активность в художественно-эстетическом производстве и восприятии музыкальных ценностей, имеет три воплощения: творчество, исполнительство, восприятие, из чего вытекают этапы существования музыкального произведения: создание, воспроизведение и восприятие [Новикова, 2005]. Однако следует иметь в виду, что эти процессы происходят в технологически и масштабно разных вариациях. Исходя из этого, музыкальная культура закономерно вбирает в себя музыкальное искусство, музыкальную индустрию и шоу-бизнес, образование в сфере музыкального искусства, менеджмент музыкального искусства и шоу-бизнеса (как посредника между исполнителем или автором и реципиентом (аудиторией)).

Специфика музыкального менеджмента связана с равноценным сочетанием компетенций в области музыкального искусства и менеджмента, то есть управление им требует специальных знаний, умений и навыков как в аспектах содержания музыки, акустических характеристик пространства, технического оснащения и т.д., так и в самих управленческих процессах в музыкальном деле, связанных с авторством, делопроизводством, регулированием продюсирования в части продвижения и PR-технологий. Согласимся с Д.Г. Родионовой в том, что музыкальный менеджмент имеет многофункциональный и междисциплинарный характер, включает знания из разных областей наук, в том числе из общего менеджмента, экономики, юриспруденции, маркетинга, музыки, социологии и др. [Родионова, 2019]. Как и прочие направления арт-менеджмента музыкальный менеджмент

взаимодействует с различными областями знаний и между ними происходит полноценный взаимообмен.

Мы определяем *музыкальный менеджмент как социокультурную технологию, представляющую собой совокупность видов, методов, приемов и форм деятельности по управлению и продвижению художественных форм и артефактов, осуществляемой в музыкальной среде, направленную на сохранение, воспроизводство и популяризацию музыкального продукта*. Еще раз подчеркнем принципиальную важность и неразрывность механизмов управления (менеджмента) и продвижения (маркетинга) в деятельности творческих коллективов, что позволило нам не разделять данные явления, а наоборот, представить их в совокупности, как единое явление музыкального менеджмента.

Музыкальный менеджмент в виду своей творческой специфики содержит в себе единство рационального и эмоционального, эмпирических и теоретических знаний, креативного и технологического подходов. Музыкальный менеджмент, согласно А. В. Крыловой, являясь инструментом формирования человеческого капитала, способствует интеллектуальному и культурному развитию социума, позволяет транслировать и популяризировать нравственные ориентиры и духовные ценности [Крылова, 2012, с. 81-86]. Продолжая эту мысль, можно полагать, что музыкальный менеджмент, распространяя определенные духовные ценности, сам опирается на те или иные их основания. Поэтому сейчас наблюдается столь широкое увлечение популярной музыкой, с музыкально-эстетической точки зрения упрощенной, стандартизированной, максимально доступной для слушателя. В защиту популярного искусства, столь часто обвиняемого в том, что оно само «упало» в качестве и заставляет деградировать молодое поколение, отметим, что на сегодняшний момент оно представлено самыми разнообразными формами и стилями, на любой вкус и требования, и не стремится конкурировать с «высоким» искусством, основной целью его является развлечение, которое по своей сути удовлетворяет объективную

потребность в рекреации. При этом популярное искусство в связи со своими главными задачами – развлечением аудитории и получением от этого прибыли, должно быть легко воспринимаемым, а незамысловатые мотивы – легко восприниматься и запоминаться слушателем. А.В. Шейко, рассматривая популярную музыку, отмечает, что она является особой формой культуры, в которой наиболее важна специфика социального функционирования, а затем уже на втором плане находится художественное содержание [Шейко, 1999]. Не случайно именно деятели популярной музыки достигли хороших результатов в освоении рыночных технологий. А. В. Крылова одной из причин быстрого развития популярной музыки видит ее корневую близость к бизнесу и быструю реакцию на все происходящие в обществе изменения [Крылова, 2013, с. 81]. Более того, именно популярная музыка как авангардное (в значении первооткрывательства) направление массовой культуры предстает самым открытым для всевозможных экспериментов как в технологическом (включая и инновационные компьютерные технологии, и новые маркетинговые стратегии, и т.д.), так и в художественном аспекте (музыкальные эксперименты, видео- и аудиодизайн, сценические образы и т.д.). Как отмечается Е.Н. Шапинской, массовая культура, которая «охватывает все стороны повседневной жизни», в настоящий момент представляет не только «технологию», но и своеобразную лабораторию, где сближаются различные виды искусств, включая элитарную и народную, а также используются «результаты всех современных исследований в области социологии, психологии, менеджмента» [Шапинская, 2017, с.64]. Таким образом, музыкальный менеджмент сформировался во многом именно благодаря успехам в области популярной музыки. Происходит естественный циклический процесс, в котором спрос рождает предложение, а предложение в свою очередь спрос. Необходимо учесть, что в современной музыкальной культуре усиливается конкуренция ввиду появления молодых исполнителей, огромного количества новых произведений, и главное, конечно, в связи с быстрым поступлением музыки

от создателя к слушателю через цифровые площадки. В целом быстрый доступ информации, увеличение ее объема, размывание границ реального и виртуального мира приводят к «виртуализации пространства», которую подробно рассматривает Е.Н. Шапинская. [Там же, 107]. Поэтому роль менеджера, компетентного в вопросах продвижения музыкального продукта на рынок художественных услуг, становится еще более актуальной, чем до появления всех тех информационно-технологических возможностей. Одним из главных инструментов продвижения остается реклама, о которой хоть и в негативном ключе, но очень точно высказывается А. Кончаловский, называющий маркетинг «главной движущей силой развития цивилизации, ибо сила маркетинга в том, что качество товара менее важно, чем качество его рекламы – ведь важен результат, измеримый полученной прибылью» [Кончаловский, 2014]. Однако, мы уточним, что само по себе качество товара, как нам кажется, не зависит от маркетинга, а искусство продавать, основанное на «симуляции художественного», применимо и к шедевру из мира искусства и к продукту массовой культуры [Злотникова, 2014, 202]. Поэтому сегодня к маркетингу прибегают в менеджменте во всех его видах, в том числе и музыкальном во всем его разнообразии.

Целями музыкального менеджмента являются: создание и популяризация музыкального искусства; развитие жанров профессионального музыкального искусства; охрана авторских прав; создание и продвижение сильных конкурентоспособных (как на внутреннем российском музыкальном рынке, так и в международном музыкальном пространстве) музыкальных проектов; поиск и продвижение молодых талантливых исполнителей; достижение оптимального финансового результата. К специфичным функциям музыкального менеджмента относятся: апелляция к потребностям самоутверждения, самовыражения, что само по себе не имеет точки насыщения; одновременное пространственно-временное влияние на большое количество людей – эффект «настроения толпы»; культивация инновационного процесса; управляемое творчество

(распланированное, задуманное действие); создание новой краткосрочной потребности; управление ожиданиями и слухами; агрессивное проникновение и продвижение; создание фан клубов; последовательный волновой выпуск модифицированного товара в различных «упаковках», на различных носителях для увеличения охвата слушательской аудитории; публичность и эпатажность как принцип общественного поведения личностей-брендов (сегодня также наблюдается тенденция создания бренда с безупречной репутацией или же полная скрытность в отношении личной жизни артиста или публичного человека, что также подогревает интерес публики); конвергенция различных отраслей шоу-бизнеса с активным использованием новейших информационных технологий; альянсы, кооперация различных брендов и публичных личностей с целью взаимопривлечения слушательской аудитории; непрерывная эволюция, закрепление и развитие рыночного уровня.

Таким образом, музыкальный менеджмент, опираясь на теоретический и практический опыт общего и арт-менеджмента, представляет эффективную социокультурную технологию, направленную на программирование процессов создания и продвижения в широкую публичную среду музыкальных продуктов. Значение музыкального менеджмента особенно существенно в случае его обращения к художественным материалам, не относящимся к остро популярным, преходяще модным явлениям, но составляющим важную часть значимого историко-культурного наследия, актуального по своему ценностно-смысловому содержанию. К таковым, несомненно, относится широкая и разнообразная сфера музыкального фольклора. Поэтому музыкальный менеджмент в деятельности этномузыкальных коллективов имеет свою специфику. Его целями становятся создание и популяризация музыкального продукта, основанного на интерпретации или реинтерпретации фольклора; развитие жанров современной этнической музыки; создание и продвижение конкурентоспособных этномузыкальных проектов. Среди специфических

функций стоит обозначить стремление к потребностям самоутверждения, самовыражения, но в рамках условно заданных традицией границ; поиск механизмов влияния и привлечения большого количества людей; грамотное соотнесение инновационного творческого процесса с процессами сохранения фольклора. Одной из главных особенностей деятельности этномузыкальных коллективов с точки зрения организации и управления отметим единство руководства в художественном и организационно-административном аспекте (включая ключевые решения в стратегиях продвижения). Данная особенность положительно влияет на реализацию культурного продукта, так как создатель (продюсер и идеолог в одном лице), художественный руководитель, а часто и непосредственно участник коллектива лучше знает, понимает, любит свой продукт, следовательно, и презентовать они его смогут достойнее, чем управленцы, часто не разбирающиеся в специфике «реализуемой продукции». Значительная роль в музыкальном менеджменте этномузыкальных коллективов отводится планированию, реализации и контролю стратегии продвижения, поиску новых эффективных алгоритмов и тактик в отношении PR и рекламы фольклорного продукта, налаживанию внутримызыкальной коммуникации в виде установления нужных контактов и связей, в том числе, в среде шоу-бизнеса. Так эффективными инструментами продвижения этномузыкальных коллективов мы выделим интернет-ресурсы, включая всевозможные социальные сообщества; участие в конкурсах и фестивалях различного уровня и масштаба; а также вновь открывающиеся возможности в средствах массовой информации. При этом ввиду социокультурной значимости деятельности данных коллективов в компетенции менеджмента входят соблюдение баланса креативности и традиционности в подаче любого контента в СМИ, поддержание и усиление позиций их имиджа (а в некоторых случаях уже и бренда), популяризация фольклорного наследия через рекламу и т.д.

Выводы по второй главе

В современных реалиях социокультурная сфера лидирует на рынке предоставления услуг, порождая жесткую конкуренцию и как следствие возникновение благоприятных условий для развития отраслей искусства и культуры. Применение проектных технологий способствует развитию как конкретных проектов, так и в целом благоприятствует преобразованиям современного социокультурного пространства, эффективной реализации функций данной сферы и претворению положений государственной культурной политики на различных уровнях.

Под термином «проект» понимается детализированный замысел чего-либо, комплекс мероприятий, специфическая деятельность, направленные на преобразование или изменение конкретного объекта. В виду множества трактовок и подходов к определению данного термина и одновременно отсутствию конкретизации понятия «этномузыкальный проект», в рамках нашего исследования *мы предлагаем понимать под этномузыкальным проектом совокупность целенаправленных действий по преобразованию фольклора для создания и продвижения новых концертных программ с целью его актуализации.* Данные проекты сочетают технологии и методы социокультурного проектирования и практические наработки проектов в области музыкального искусства. Результат этномузыкального проекта носит длительный характер и воспроизводится множеством раз и после завершения основных проектных действий. К общим этапам процесса социокультурного проектирования относят аналитический этап (сбор информации и оценка внешних факторов, анализ всех аспектов предполагаемого проекта); прогнозирование (создание модели проекта); проектирование (детализированная проработка всех аспектов проекта); подготовку документации (юридическая документация, нормативные акты и т.д.); реализацию (претворение проектировочной модели); оценку и коррекцию проекта (определение соответствия между прогнозами и ожиданиями и

реальными результатами проектировочной деятельности, а так же внесение коррективов и изменений в конкретные технологические операции) и его продвижение (применение различных инструментов PR-кампании, рекламных приемов и технологий с целью привлечения внимания общественности к данному проекту). Таким образом, согласованность всех отделов проекта (художественного, организационного, инвестиционного, маркетингового и др.), детализированная точность проведения технологических этапов проектирования, внедрение новых современных технологий способствуют созданию, реализации и успешному продвижению этномузыкального продукта, минимизируя риски и рационализируя применяемые ресурсы.

Проектные технологии создаются и реализуются в рамках социокультурного менеджмента и его отраслевых направлений. Менеджмент социокультурной сферы выполняет задачи развития видов деятельности, связанных с социокультурной природой человека, его цель – получение запланированных результатов, удовлетворяющих социокультурные потребности общества, – строится на таких функциях как: реализация потенциала внешних связей систем искусства и культуры; реализация различных форм собственности в культуре и искусстве; претворение государственной политики в области искусства, культуры и образования; координация международного, федерального и территориального сотрудничества в данных областях. Арт-менеджмент и музыкальный менеджмент, одновременно являясь структурными единицами социокультурного менеджмента и отдельными науками, окружающими и дополняющими социокультурный менеджмент, сформировались значительно раньше как виды искусства, виды человеческой деятельности и области научного знания, тогда как исследования социокультурного менеджмента как науки относятся лишь к 60-м годам XX века.

Отвечая за процессы управления искусством и художественной практикой, арт-менеджмент является функционально-ролевым видом

деятельности, закономерно сформированным в результате организационно-экономического и социально-культурного развития нашего общества. На основании анализа различных трактовок термина в рамках данной работы мы понимаем под *арт-менеджментом – профессиональную управленческую деятельность в сфере искусства и культуры, направленную на организацию процесса создания художественных (материальных и духовных) ценностей, продвижение на рынок культурных услуг и результатов творческой деятельности (арт-маркетинг), включающую такие процессы как планирование, реализацию, организацию и контроль всего цикла по созданию, воспроизведению и продвижению художественных ценностей или художественных услуг.* Целями арт-менеджмента являются: создание оптимальных условий для доступа к благам и услугам арт-сферы; применение мер по повышению качества и доступности услуг в сфере искусства, к сохранению и развитию культурного наследия; организации интеграции в мировой культурный процесс; формирование организационно-экономических и правовых механизмов, адаптирующих отечественную арт-сферу к новым социально-экономическим условиям.

Музыкальный менеджмент, являясь частью художественной культуры, имеет свои специфические особенности в области управления, обусловленные природой музыкального искусства и организацией процесса доведения музыкальных ценностей до реципиента. Анализируя подходы к пониманию и отсутствием сформулированной трактовки данного термина, мы предполагаем, что *музыкальный менеджмент – это социокультурная технология, представляющая собой совокупность видов, методов, приемов и форм деятельности по управлению и продвижению художественных форм и артефактов, осуществляемой в музыкальной среде, направленную на сохранение, воспроизводство и популяризацию музыкального продукта.* Так как менеджмент шоу-бизнеса (составляющая часть современной музыкальной культуры) является инициатором и

первооткрывателем в освоении новых технологий и инструментов, мы приводим специфические черты технологий менеджмента в музыкальном бизнесе, к которым относятся: апелляция к потребностям «высшего порядка» (самоутверждение, самовыражение не имеющие точки насыщения); эффект настроения толпы (пространственно-временное влияние на большое количество людей); культивация инновационного процесса; управляемое творчество (запланированность действий и результата); создание новой краткосрочной потребности; конвергенция различных отраслей шоу-бизнеса с активным использованием новейших информационных технологий и так далее.

Менеджмент как эффективная технология социокультурного проектирования способствует актуализации и популяризации фольклора в современном социокультурном пространстве. Так в настоящее время актуализация фольклора представлена различными формами и видами социокультурной деятельности, как-то профессиональное творчество: фольклор в различных видах искусств (композиторское творчество, литература, дизайн, живопись, кинематограф и т.д.), этнокультурные проекты (этномузыкальные, хореографические и др.); художественная самодеятельность (деятельность клубных формирований, студий, мастерских); этнопарки; клубы исторической реконструкции; этнокультурные фестивали и конкурсы; фестивали исторической реконструкции. Социокультурные технологии способствуют развитию деятельности данных форм актуализации фольклора и создают условия для их популяризации среди широких слоев общественности.

ГЛАВА 3. ПРАКТИКИ АКТУАЛИЗАЦИИ ФОЛЬКЛОРА В ЭТНОМУЗЫКАЛЬНЫХ КОЛЛЕКТИВАХ РОССИИ

Исследования культуры второй половины XX в. подчеркивают принципиальное отличие постмодерна от модерна, заключающееся в мозаичности картин мира, утрате целостности и отрыве от культурных оснований. Как следствие – поиск таких оснований, одним из которых, несомненно, выступает фольклор. Именно поэтому возрождается интерес к нему в различных видах художественной культуры: литературе, музыке, кино. Этот интерес носил общемировой характер, в том числе проявился и в СССР (см. подробнее: [Гурченко, 2021]).

Этномузыкальные коллективы в России сформировались отчасти благодаря новой фольклорной волне 1950-1980-х гг., являющейся ярким, колоритным музыкальным течением в отечественной музыке, которое претворилось в самых разнообразных формах, одной из которых стали этномузыкальные коллективы. Безусловно, данное время явилось плодотворной почвой для новых поисков и экспериментов в этнической музыке, породивших широкий спектр творческих коллективов: от групп, стремящихся воспроизвести традиционный фольклорный материал, до неофольклорных коллективов, воплощающих темы традиционного фольклора в современном музыкальном звучании.

Под фольклорной волной, вслед за Е.Э. Гавриляченко, мы будем понимать влияние традиционной культуры на городскую среду [Гавриляченко, 2008, с. 17]. В исследованиях культуры обнаруживается устойчивый интерес современной молодежи «к проблеме освоения классического культурного наследия средствами современного искусства» [Злотникова, 1996, с. 59]. Аналогичный интерес прослеживается и к освоению традиции, в том числе фольклора.

Третья глава нашего исследования посвящена анализу знаковых, самобытных коллективов: Ансамблю Дмитрия Покровского и ансамблю

«Русская песня» под управлением Надежды Бабкиной. Мы не сравниваем данные коллективы с точки зрения художественной составляющей – они уникальны и самобытны. При достаточно осязаемом контрасте используемого фольклорного материала и принципиальных различиях в способах работы с ним, репертуарной политике и концептуальной реализации проектных решений, данные коллективы на протяжении более пятидесяти лет играют существенную роль в деле актуализации фольклора.

Выбор данных этномызыкальных коллективов мотивирован несколькими обстоятельствами.

Важными факторами при выборе объектов для анализа были длительность (устойчивость развития) и успешность (всероссийское и международное признание) функционирования, многоаспектность социокультурных практик и применяемых менеджерских и проектных технологий в деятельности коллективов в условиях постоянно трансформирующегося социокультурного пространства. Отметим, что каждый из коллективов внес значительный вклад в популяризацию культурного наследия, в том числе фольклора. Деятельность Ансамбля Дмитрия Покровского, особенно на ранних этапах создания и развития проекта, стимулировала среди населения рост интереса к аутентичной народной культуре, приведший впоследствии к активному функционированию в культуре конца XX в. коллективов т.н. этнографического типа, исполнение произведений которыми наиболее приближенно к аутентичным образцам фольклора. Деятельность этномызыкального коллектива «Русская песня» является значимой для развития отечественной культуры. Он имеет неповторимое и узнаваемое амплуа, основанное на современном сценическом претворении фольклора. Высокохудожественная с точки зрения музыкального языка и, одновременно, доступная подача материала направлена на массового зрителя, что благоприятно влияет на активную популяризацию фольклора. Деятельность ансамбля, включая концертную, организационно-фестивальную и

просветительско-педагогическую сферы, способствует вовлечению молодого поколения в изучение и освоение народной художественной культуры.

Подчеркнем не угасающий зрительский интерес к этим коллективам (более 50-ти лет каждый из них пользуется признанием и даже успехом у аудитории), наглядно демонстрирующий наличие высокой степени адаптации ко всем социокультурным изменениям, необходимой для успешного функционирования в условиях жесткой конкуренции в музыкальной культуре.

Данные коллективы имеют свой уникальный узнаваемый имидж, который проявляется на нескольких уровнях: визуальном или зрелищном – сценические образы, пластика; звуковом – манера пения, аранжировка и обработка фольклорного материала; особенности коммуникации со зрителем. Для нас важно проанализировать данные коллективы как с точки зрения художественной специфики, ее трансформации со временем и под воздействием социокультурных процессов, а также способов обработки фольклорного материала, то есть интерпретации и реинтерпретации фольклора, так и для выявления социокультурных технологий, способствовавших их (коллективов) успешному и длительному функционированию.

3.1 Деятельность Ансамбля Дмитрия Покровского по сохранению и актуализации фольклора

Ансамбль Дмитрия Покровского был основан в 1973 г. музыкантом, педагогом, ученым-исследователем и исполнителем русского фольклора, лауреатом Государственной премии СССР, председателем Российской секции международной фольклорной организации ЮНЕСКО Дмитрием Викторовичем Покровским по инициативе отечественного этномузыколога, возглавлявшего Фольклорную комиссию Союза композиторов РСФСР, Е. В. Гиппиуса. На данный момент коллектив продолжает свою активную

творческую деятельность, имеет свой узнаваемый имидж и положительную репутацию, свою слушательскую аудиторию и насыщенную концертную практику. Рассмотрим основные аспекты деятельности данного этномузыкального коллектива, способствовавшие актуализации фольклора в каждый период его существования.

Этап создания и становления ансамбля 1973-1980-е гг. Появление данного ансамбля стало ярким симптомом новой «фольклорной волны» и безусловно способствовало активизации молодежного фольклорного движения того времени. Важную роль в создании и функционировании коллектива сыграл социокультурный контекст. Так с 60-х годов XX века в отечественных реалиях повышается интерес к «старому», происходит массовое обращение к своим национальным корням, формируется новая фольклорная волна в литературе, живописи, музыке, включая классическую и эстрадную. В 70-80-е гг. XX в. появилось большое количество самодеятельных ансамблей и хоров, с одной стороны, популяризовавших народные традиции, с другой, – способствовавших «усреднению» художественно-образной манеры, выработке стереотипных вариантов работы с музыкальным фольклором. Среди этномузыкальных коллективов того времени особо выделяются фольклорные ансамбли, пропагандирующие подлинное традиционное искусство (напр., ансамбль В. Щурова 1968 г.).

Становление и развитие коллективов и исполнителей, исполнявших фольклор в наиболее приближенном к традиционным первоисточникам, представляло, по сути, альтернативное движение, выступавшее своеобразным оппонентом двух явлений: усилению влияния стандартизированной поп-музыки и деятельности академических музыкантов. Причем и то, и другое явление находились под явным влиянием зарубежных образцов, следующих модным поветриям. Будучи яркой, неординарной и, пожалуй, главное, деятельной натурой, Д. В. Покровский создал уникальный и самобытный Ансамбль, не просто благосклонно воспринятый аудиторией, а вызвавший ажиотаж в то время вокруг своего

имени. Сформировавшись как экспериментальный, коллектив достаточно быстро произвел широкий резонанс в музыкальном обществе того времени, благодаря новому, непривычному, подлинному и одновременно современному звучанию и видению музыкального фольклора. Эксперимент заключался в том, что Д. В. Покровский, являясь представителем классической школы, любящим и разбирающимся в авангардной музыке, модной в то время, поставил перед собой и Ансамблем задачу – доказать, что современный человек может исполнять фольклорную музыку и может донести ее суть до зрителя.

С точки зрения анализа внешних факторов созданию коллектива способствовали благоприятные социокультурные условия – запрос на традиционность и национальную самобытность. При кажущемся обилии коллективов, исполняющих народные песни, с одной стороны – в сценическом пространстве почти не звучал подлинный традиционный фольклор, с другой – продолжающаяся активная научно-исследовательская деятельность по собиранию и расшифровке традиционного фольклора разных регионов России не находила достаточного и достойного отражения в сценическом его воплощении. Так происходила консервация подлинного фольклора, то есть собранные образцы хранились только в аудио и нотных форматах и не транслировались новым поколениям в виде живого народного достояния. Д. В. Покровский неоднократно замечал, что «не фольклор гибнет, а люди без него» [Селицкий, 2006, с. 207–209]. Как отмечает Т. С. Рудиченко «Экспериментальный фольклорный ансамбль стал своеобразной лабораторией, в которой апробировались прогрессивные научные идеи» [Рудиченко, 2010, с. 3]. При этом Д. В. Покровский одной из главных целей ставил научно-исследовательскую деятельность по собиранию фольклора, весомое значение отводил непосредственной передаче народной мудрости новым поколениям, в том числе участникам Ансамбля от носителей традиции [Селицкий, 2006]. Сам Д. В. Покровский, будучи профессиональным музыкантом (солистом-балалаечником,

аранжировщиком, дирижером и преподавателем), увлекся аутентичным фольклором в экспедиции по Архангельской области и начал постигать данное искусство от носителей фольклора – необычайно талантливых жителей сел и деревень, где еще сохранялись и естественным путем передавались народно-певческие музыкальные традиции. Первую свою экспедицию музыкант осуществил со своей мамой, Н.Р. Будановой, – искусствоведом, членом союза художников РФ, заслуженным работником культуры РФ, любившей и увлекавшейся собиранием фольклорного наследия. В дальнейшем научно-экспедиционная работа стала неотъемлемой частью его профессиональной жизни, любовь к которой он привил и участникам Ансамбля, и своим творческим последователям.

Основу репертуара на этапе создания и становления Ансамбля составляли фольклорные композиции, записанные Д. В. Покровским и участниками его Ансамбля в этнографических экспедициях по различным регионам России, а также песни, записанные Е. А. Линевой и расшифрованные Е. В. Гиппиус и А. С. Кабановым. М. Нефедова, – музыкальный руководитель Ансамбля, – в отношении репертуарной политики указывает на то, что на сцену выносились наиболее яркие образцы разных фольклорных жанров, показательно характеризующие ту или иную региональную традицию [Фольклор как птица феникс, 2016]. В этот период Ансамбль начинает записывать свои альбомы. Первый из них, «Киевские песни», 1979 г., официально не издавался. Он включал 22 песни из разных регионов России, в том числе:

- песни Белгородской области – «Зеленая сосенушка», вошедшая и во 2 альбом Ансамбля, «Куда пошел, Егорушка» (частушки с. Фоцеватое), «Да и приехал мой миленький с поля»;
- песню Брянской области с. Мышковка «На море березка»;
- песню Калужской области «У ладо»;
- песню Архангельской области «За речкою было, за Невагою, записанная Е.Э. Линевой и расшифрованная Е.В. Гиппиус и А. Кабанова,

- историческую песню донских казаков Волгоградской области «Светит месяц»;
- песни Краснодарского края, как-то скоморошина «Ой, во поле, поле», историческая песня о восстании Степана Разина «Ты взойди, красное солнушко», лирическая песня донских казаков «По лужку зеленому» (вошла и во 2 альбом), былина киевского цикла казаков-некрасовцев «Как у князя Владимира»;
- песню Бурятской АССР с. Большой «Уж вы, стары старики», впоследствии вошедшую во 2 альбом Ансамбля,
- песни семейских Забайкалья: романс «В островах охотник», лирическая песня с. Польшо «Что не пыль в поле запылилася».

Особенностью альбома стало то, что эти песни исполнялись в подлинном звучании, так, как они были записаны в фольклорных экспедициях, с учетом вокальных региональных особенностей исполнения каждой области, т.е. не подвергались никакой обработке или аранжировке. Целью записи этого альбома стало подлинное сохранение лучших образцов народно-песенной традиции России.

Второй альбом «Русское народное многоголосье» записан фирмой Мелодия в 1979 г., выпущен в 1981 г. Также как и предыдущий он включает песни различных регионов России, а именно песни Белгородской, Калужской, Архангельской областей, а так же казачьи песни. Все песни с данного альбома исполнены в характерных для каждого региона вокальной манере и стилистических традициях.

Запись данных альбомов продемонстрировала яркую отличительную черту данного коллектива: природный, открытый звук в манере пения, существует даже выражение «звук Ансамбля Дмитрия Покровского» [Фольклор как птица феникс, 2016]. Данная манера приобретена благодаря освоению традиционных приемов пения у народных исполнителей, а также научно-практическому изучению музыкального фольклора, которое выражалось в глубоком проникновении в каждую конкретную региональную

традицию участников Ансамбля с освоением традиционных канонов и устоев народного пения, умением импровизировать в рамках локальной традиции. Так в альбомах данного периода при максимальном соответствии исполнения фольклорным первоисточникам (напр., в казачьих песнях: наличие дишканта, сольного запева с последующим подхватом ансамблевого многоголосья, длинных распевных гласных звуков, приемов разночтения; в западной традиции: открытый близкий звук, окончание фраз со спадом в характерные «гуканья» и «гиканья»; окающий диалект в белгородской традиции с огласовками согласных звуков и т.д.; использование музыкального инструментария и хореографических элементов различных регионов нашей страны) присутствует авторское прочтение в виде особого темпо-ритма, динамического развития, мелодического распева в импровизационной манере и другие элементы, привносимые Ансамблем с точки зрения сценической и идейной подачи фольклорного материала. Концепция «фольклора как современного и актуального музыкального течения» подчеркивается в коллективе не только репертуарной составляющей, но и сценическим обликом артистов: частичным, фрагментарным или полным использованием традиционных костюмных комплексов. Впрочем, музыканты использовали в выступлениях и современные светские костюмы, что имеет отсылки к определенному социокультурному периоду нашей страны, а именно к концу 19 века [См. Приложение 2, фрагмент интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрием Покровским]. Так сам Д.В. Покровский часто выступал в официальном мужском костюме. Женские же костюмы соблюдают черты традиционности, за исключением головных уборов, они отсутствуют. Данное обстоятельство объясняется тем, что, во-первых, для исполнения музыкального фольклора не требуется полного традиционного убранства, во-вторых, уменьшается дистанция между современным человеком и артистом, выступающим в данном жанре, тем самым подчеркивается отсутствие временных рамок у феномена музыкального фольклора. Такая особенность в сценическом образе Ансамбля имеет как

сторонников, так и противников. Она служила своеобразной провокацией и вызовом для специалистов в сфере фольклора, требовавших точное следование традиции. Но эта провокативность образа была направлена, в том числе, на эмоционально-эстетическую реакцию зрителя, подчеркивая значимость исполняемого материала в изменившихся сценических условиях. Поскольку облик артистов шокировал публику, в особенности фольклорный сегмент, но вызывал эмоцию, следовательно, его можно воспринимать как элемент PR-кампании, сопутствующий привлечению внимания общественности. То есть Д. В. Покровский как руководитель этномузыкального коллектива хоть и не осознанно, но использовал социокультурные технологии продвижения проекта, а значит, следует констатировать наличие и проработку информационно-коммуникационного компонента проекта, связанного с построением алгоритмов PR-стратегии. При этом метод провокации аудитории – весьма неоднозначная технология продвижения этномузыкального проекта, требующая соблюдения баланса традиционных и креативных элементов, с чем успешно справлялся Д. В. Покровский.

Помимо творческой реинтерпретации фольклора, формирующей репертуарную политику Ансамбля того периода, использовалась проектная деятельность и музыкальный менеджмент как технологии актуализации фольклора. Их функции успешно реализовывались в процессе создания и функционирования данного коллектива. Первоначально организацией деятельности и художественным руководством занимался создатель и идеолог Ансамбля Дмитрий Покровский. Коллектив в краткие сроки ввиду быстрого признания широкой аудиторией, а также благодаря творческим победам в многочисленных конкурсах, то есть доказанному профессионализму, вошел в структуру Росконцерта, что отразилось в трансформациях организационного и правового компонентов социокультурной технологии музыкального менеджмента и способствовало успешному его функционированию, а именно укреплению его статуса и

имиджа. С принятием Ансамбля в эту структуру в коллективе вводится должность директора, занимавшегося графиком концертной деятельности. Директор не вмешивался в художественную составляющую коллектива и не вносил никаких корректив ни в репертуарный план, ни в строение концертных программ. Д. В. Покровский выступал в коллективе художественным руководителем (отчасти выполняя управленческие функции), артистом и продюсером, то есть функции управления в трех его областях были успешно совмещены в одних руках. Обоснуем менеджерскую роль Д. В. Покровского в коллективе. На этапе планирования он сформулировал и разработал концепцию коллектива, подобрал исполнительский состав, репертуар, обработал и аранжировал музыкальный материал, проводил регулярные репетиции (не менее 5 раз в неделю), сформировал концертные программы. Он создал концерты-лекции, которые имели в том числе и образовательно-просветительскую направленность, т.е. все концертные программы сопровождались его комментариями и суждениями, необходимыми для того, чтобы публика смогла точнее воспринять, понять и погрузиться в исполняемые коллективом произведения.

На этапе становления проекта музыкантом соблюдены все основные принципы социокультурного проектирования. Так мы можем выделить принцип проблемно-целевой ориентации, выражающийся в том, что данный этномузыкальный коллектив ориентировался на конкретную целевую аудиторию – ценители и почитатели фольклора в традиционном его виде. Поэтому и при исполнении фольклорных произведений ярко выражено стремление к максимально точной передаче аутентичного материала. Отметим принцип оптимизации «зоны ближайшего развития», что выражалось в том, что деятельность и успехи Ансамбля Дмитрия Покровского стимулировали рост коллективов и исполнителей в данной стилистике и как следствие благоприятствовали активации молодежного фольклорного движения. Ярко притворился в проектировочном процессе Ансамбля и принцип персонифицированности процесса и результатов, что

обосновывается уже вошедшей в историю отечественной музыки дискографии Ансамбля. Творчество коллектива и его воздействие на широкую общественность – результаты проделанной работы.

Следовательно, на первом этапе развития этномузыкального коллектива создается и детализируется проектно-технологический компонент музыкального менеджмента, в том числе продумывается и воплощается художественная концепция и идея этномузыкального коллектива. На основе этого формируется репертуарная политика Ансамбля, т.е. художественный компонент музыкального менеджмента (создание и реализация концертных программ, формирование репертуарной политики, сценических образов). Формируется и осуществляется реализация его организационного компонента (организуется деятельность коллектива, налаживается репетиционный процесс, выстраиваются организационно-административные структуры и координация между ними; далее Ансамбль начинает функционировать в структуре Росконцерта, что приводит к трансформации организационного компонента). В этот период закладываются основы информационно-коммуникационного компонента в виде формирования имиджа коллектива, применения метода провокативности как инструмента PR-технологий, а также налаживания коммуникации во внутримузикальной среде. Первоначально в состав коллектива входили Д. Покровский, Т. Смылова, А. Данилов, В. Петров, В. Попов, В. Потравнов – профессиональные музыканты, каждый из которых был специалистом в конкретной области, однако все они осваивали фольклор через научно-исследовательскую деятельность, путем перенимания знаний и умений у народных исполнителей. Продвижение и реклама коллектива на данном этапе осуществляются благодаря личному бренду Д.В. Покровского (его репутация как знакового исследователя и популяризатора фольклора была, в том числе поддержана и выходом фильмов по его сценариям «Северные хороводы» 1976 г. и «Праздник на Печоре» 1977 г.); грамотному менеджменту харизматичного лидера, сочетающего деятельность

художественного руководителя, управленца и продюсера; плотной концертной практике (как следствие продвижения из-за «сарафанного радио»); маркетинговым технологиям, а именно PR, событийной рекламе, фестивально-конкурсному продвижению, налаживанию коммуникации внутри отечественной музыкальной сферы и в частности в фольклорном пространстве.

Следующий этап развития этномузыкального коллектива – 1980-1996 гг. знаменуется первыми обращениями к театральным постановкам, участием в кинопроектах. Первым экспериментом в данной области становится участие в работе над пьесой А. Островского «Правда хорошо, а счастье – лучше» в театре Моссовета в постановке С. Ю. Юрского, музыкальное оформление к которому делал Д.В. Покровский. Благодаря этому Ансамбль был замечен известными театральными и кинорежиссерами, позже сотрудничавшими и привлекавшими его участников к своим проектам, например, Ю. П. Любимов в спектакле «Борис Годунов» (на некоторое время спектакль был запрещен, но в 1988 году постановка возобновлена), позже пригласивший Ансамбль в виде творческой мастерской при театре на Таганке. Безусловно, творческая деятельности Ансамбля в театральной среде активизируется благодаря личности самого Д. В. Покровского, который как артист и эксперт в области музыкального фольклора часто привлекался различными режиссерами. Так, помимо руководства коллективом, он выступил соавтором А. Шнитке при написании музыки к спектаклю «Повелитель мух» по пьесе У. Голдинга в Ленинградском Малом драматическом театре в 1984 г., участвовал в музыкальном оформлении (музыкальной постановке) художественных фильмов «Прощание» режиссёров Л. Шепитько и Э. Климова (1982 г.), «Мертвые души» режиссера М. Швейцера (1984 г.). В качестве ведущего и сценариста Д. В. Покровский выступил в сериалах «Русские исторические песни», «Ритуалы и мифы», «Былины», «Сказы», а в роли актера был задействован в художественном фильме режиссера М. Швейцера «Крейцера соната» (1987 г.). Ансамбль

принимал участие в создании таких художественных фильмов как «Никудышная» (реж. Д. Асанова, 1980 г.); драме-комедии «Родня» (реж. Н. Михалков, композ. Э. Артемьев, 1981 г.); «Берегите мужчин» (реж. А. Серый, 1982 г.); двухсерийной драме «Прощание» (реж. Л. Шепитько, доснятый Э. Климовым в 1983 г.); телевизионном проекте «Проводы русской зимы» (ТО «Экран» реж. В. Фенченко, 1985 г.); 14-ти серийном художественном фильме «Жизнь Климса Самгина» (реж. В. Титов, 1988 г.). В данных фильмах ансамбль исполнил традиционные народные песни.

Как видно из перечисленного, на данном этапе изменяется репертуарная политика ансамбля, то есть вносятся корректировки в художественную составляющую проекта. В 1980 г. Ансамблем возрождаются народные представления вертепной драмы, а также постановки обрядовых сцен (напр., «Похороны Костромы», входящей в обрядовый комплекс «Зеленые святки»), осваиваются жанры и традиции духовной музыки (преломление христианских религиозных обрядов сквозь призму крестьянского миропонимания). В этот период коллектив выпускает целый ряд знаковых альбомов. В 1987 г. выходит самый известный альбом «Earthbeat» («Пульс Земли»), записанный совместно с американским джазовым музыкантом, саксофонистом, композитором и музыкальным продюсером Paul Winter. Данный альбом был номинирован на премию Грэмми как альбом в стиле нью-эйдж. В 1988 г. – «Волчьи глаза» / «Wolf eyes», выпущенный в США (Living Music), в который вошли и композиции из первого совместного альбома Ансамбля с музыкантом и композитором. В данном альбоме совмещаются традиционные напевы различных регионов России, бразильские и африканские ритмы, модальные гармонии, музыкальные элементы различных современных стилей, что в целом дает представление о нем как об альбоме в стиле ethno-fusion с чертами new age и этноджаза. В 1990 создается альбом «Святой вечер» / «Holly Evening» в США (Bally Bally Rec) включавший только подлинные традиционные фольклорные песни. Плодотворным у Ансамбля был и 1991 г. – три альбома, записанных и

выпущенных в США – «Лица России» / «Faces of Russia» (Trikont Label), в котором прозвучал традиционный фольклор различных регионов России в подлинном звучании; «Дикое поле» / «The Wild field» (Realworld), сочетающий вокальные фольклорные композиции и традиционные наигрыши на калюках; а также коллектив участвует в записи альбома Paul Winter «Earth» (Voices of Planet) «Земля. Голоса планеты», который представляет собой сплав таких стилей как new age, фолк-джаз, этно-джаз и world fusion.

В 1994 г. произошло ярчайшее событие в творческой жизни коллектива и в музыкальном мире в целом – исполнение Ансамблем произведения «Свадебка» И. Ф. Стравинского, премьера которого была в зале Бруклинской Академии музыки «Majestic theatre», на международном фестивале, посвященном творчеству И.Ф. Стравинского в Нью-Йорке. Выступление сопровождалось научным докладом Д. В. Покровского об обосновании данной постановки, о ее фольклорных источниках. Отметим, что изучение и анализ «Свадебки», ее музыкально-образные параллели с фольклором легли в основу диссертации Д. В. Покровского на тему «Русский свадебный обряд и «Свадебка» И. Ф. Стравинского. Проблемы композиторской интерпретации», которую он, к сожалению, не успел дописать и защитить [К 80-летию со дня рождения Дмитрия Покровского]. Научный интерес к творчеству И. Ф. Стравинского выразился у Д. В. Покровского в статье «Структурная стилизация в «Свадебке» И.Ф. Стравинского» [Покровский, 1997].

Это исполнение Ансамблем олицетворяет реализацию идей Д. В. Покровского, основывавшихся на единстве музыкальной культуры, каждый элемент которой произрастал из естественных корней – отечественного фольклора. Акцент постановки на музыкально-хореографическом действии обрамлялся минимализмом в использовании декораций, которые состояли из четырех деревянных лавок, стола-подиума и четырёх механических пианино со снятыми крышками.

В том же (1994) году выпускается альбом *Les Noes*, объединяющий композиции из «Свадебки» И. Стравинского и русские свадебные деревенские песни, является последним и наиболее значимым проектом Д. В. Покровского. Порядок треков в нем выстроен согласно ритуалу русской свадьбы. В альбоме девятнадцать треков, 15 из которых составляют традиционные народные песни и 4 композиции из «Свадебки». Музыкальный материал из произведения И. Ф. Стравинского «Свадебка», представленный в альбоме в виде четырех частей, звучит в ярко выраженной современной тому времени стилистике, что выражается в диссонантном инструментальном сопровождении (кластерная аккордика, отсутствие ярко выраженного ладового тяготения, наличие атональных пассажей), частой перемене темпа и размера. В вокальном аспекте данная стилистика проявляется в ярко контрастном сопоставлении разнохарактерных фрагментов (регистраемое сопоставление высоких сопрановых и низких голосов, речитативные моменты и относительно распевные части, быстрые фрагменты и элементы лирического склада), порой наслаивающихся друг на друга, насыщенность широкими и узкими диссонантными интервалами, отсутствие мелодизма как такового. Все элементы между собой так же находятся в контрастно-диссонансном соотношении, и в целом исполнение данных сцен вводит слушателя в состояние тревожности, что по эмоциональному фону наиболее близко к общему настроению традиционного свадебного ритуала. Каждый фольклорный образец перекликается с песнями из «Свадебки» И. Ф. Стравинского текстовым содержанием (образы, символика, эмоционально экспрессивная речь и другие средства художественной выразительности, характерные для традиционных текстов), мелоформулами (трихордовые попевки, интервалика, использование параллельных мажора и минора, особенности многоголосья), ритмическими рисунками, музыкальными интонациями. Хотя И. Стравинский в своих собраниях воспоминаний «Хроника моей жизни» отрицал использование музыкальных этнографических образцов, представленные в альбоме подлинные

композиции музыкального фольклора (в основном Юга и Запада России) все же демонстрируют обратное.

В первой композиции «Играй, скоморошек», записанной в Белгородской области, использован композиционный прием канона: часть Ансамбля исполняет куплетные части, другая часть наслаивается на нее рефреном «Ох(ы) ле-ли». Эта многоголосная композиция транслирует все характерные исполнительские особенности свадебных песен белгородской традиции, включая плотное, яркое звучание голосов в среднем регистре, насыщенное грудным резонированием; характерные сбросы голосов («спады») на концах музыкальных фраз; равномерную метроритмическую пульсацию.

В данном альбоме представлены два плача невесты с хором. Так «Речушка» Калужской области относится к южнорусской песенной традиции. Запевные части строятся на нисходящей трихордовой попевке, в хоровой части нередко возникают резкие диссонансы (особенно на окончаниях музыкальных фраз), в верхней партии скачки на сексту с последующим заполнением, глиссандо, словообрывы, текстовые разночтения в голосах хора. Исполнительская манера открытая, насыщенная грудным резонированием. Последняя композиция альбома «Березонька» – плач невесты с хором Архангельской области – относится к северорусской песенной традиции. Плавное движение голосов, без резких скачков, линейное голосоведение, двух регистровое пение (легким головным звуком с отсутствием ярко выраженной мелодической линии исполняется партия невесты). Композиция строится на усложненной гетерофонии с «пучкообразным» расслоением голосов [Щуров, 1986, с.34]. Так же в альбоме исполнены свадебные песни «Трубушки» (записана в д. Дедёнки Смоленской области от народной исполнительницы Аграфены Глинкиной), «Короватушка» (Тульской области) и «У зайньки короткие ножки» (Курской области). Отметим так же своеобразную, но достаточно скупую мелизматику и варьирование мелодии в данных песнях. Следовательно, в музыкальной

стилистике альбома сочетаются традиционные фольклорные песни с авангардным музыкальным звучанием.

Творческие эксперименты Ансамбля расширяются и пополняются различными направлениями этнической музыки, а именно обращением к этноджазу, нью-эйдж, этноэлектронике, что особенно ярко отражается в совместных альбомах коллектива с музыкантом, композитором и музыкальным продюсером Paul Winter. Эти эксперименты непосредственно повлияли на продвижение Ансамбля. Альбом «Earthbeat» один из первых объединил элементы самобытной музыкальной культуры русской песенной традиции и элементы американского музыкального наследия, из которых наиболее ярко представлены африканские и бразильские ритмы, мелосы, джазовые рифы, традиционные музыкальные инструменты. Так, первая композиция «Пойду–выйду» с ремаркой композитора «Курский фанк» представляет сплав традиционного многоголосья, модальной гармонизации, «прифанкованного» (специфически синкопированного) баса, импровизационных пассажей саксофона с фрагментарными хроматизмами, свойственными джазовой гармонии (афроамериканские корни) и наложением вокализа в целом характерного для индейской музыкальной традиции. Второй трек альбома «Трава, моя травушка» композиционно выстраивается в трехчастную форму, где в первой части звучит традиционная казачья песня в близком к первоисточнику виде с постепенным встраиванием инструментов в стиле музыки кантри. Во второй части используется музыкальный материал, близкий по характеру к соул и блюзовой музыке, что подчеркнуто соло саксофона, а в третьей части представленные темы сближаются. Совмещение различных музыкальных культур в этом треке можно считать стилем этно-фьюжн. В стиле этнофьюжн аранжирована и песня «Не по морю» (синтез музыкальных особенностей кантри музыки, казачьей песни «Не по морю» в приближенном к первоисточнику виде, вкрапление джазовых гармоний и пассажей саксофона). Композиция «Kyrie» в мелодическом отношении перекликается с русскими традиционными

музыкальными темами, при этом общее концептуальное решение выдержано в стиле new age. В данной стилистике так же выполнены «Песня для мира»: отсутствует мелодическая опора на конкретную традиционную вокальную композицию, используются лишь отдельные интонации, характерные приемы народного исполнительства («подухивания») и традиционный наигрыш на кугиклах; песня «Озеро», музыку к которой написал Пол Хелли, а так же «Сосенушка» – свадебная песня Белгородской области в традиционном звучании, обрамленная вокализмом бэк-вокала пентатонического склада, гармонизованная с применением джазовой аккордики, инструментованная фортепиано и саксофоном (отсылки к афроамериканской музыке, блюзовым ладам) и «Уж ты сад». «Баенка» представляет пример этно-джазовой композиции, в которой объединились свадебная песня «Растопилася баенка» (Псковской области), звучащая с аккомпанементом традиционных инструментов в джазовой инструментальной обработке (ритм-секция в стилистике босановы, импровизационные пассажи саксофона). Следовательно, весь альбом демонстрирует эксперименты Ансамбля в стиле этнической музыки. Он успешно был принят как широкой западной общественностью, так и в профессиональных кругах американской музыкальной индустрии. При содействии композитора Р. Щедрина, к которому Д. В. Покровский питал дружеские чувства и уважение, и М. Плисецкой Ансамбль в 1988 году осуществил свои первые гастроли в Америку с Большим театром, благодаря чему этномузыкальный коллектив стал широко известным и за пределами отечественного культурного пространства, а именно в США и европейских странах.

Анализируемый этап развития этномузыкального коллектива можно охарактеризовать как период расцвета, достижения максимальной популярности и расширения творческого амплуа. Преобразуется основная концепция Ансамбля – синтез композиторской и фольклорной музыки, единообразие пространства русской музыкальной культуры, которая корнями

уходит в народную музыку, «подпитывается» творчеством русских композиторов, обрамляется искусством живой импровизации и актуализируется под воздействием современных процессов. В этот период ансамблем озвучиваются мультипликационные фильмы как-то «Мороженые песни» В. Носырева (1977 год); «Рисунки Пушкина» А. Хржановского (1975 год); «Волшебный кувшин» В. Тарасова (1979 год); музыкальный спектакль на основе древнерусских обрядов «Соломенный жаворонок» В. Новацкого (1980 год).

В этот период ансамбль с успехом исполняет как фольклорную, так и классическую, авангардную музыку, благодаря высокой вокальной технике исполнителей, выработанной манере исполнения, импровизации, согласовывающейся и с аутентичным фольклором, и с классическим музыкальным эталоном. Отметим, что в дальнейшей творческой деятельности такой музыкальный ассортимент станет основой репертуарной политики этномузыкального коллектива. О. Юкчева говорит, что участники ансамбля могут работать в различных музыкальных направлениях, так как в первую очередь они музыканты, использующие народные техники пения (так высказывался и Д. В. Покровский) [Муравьева].

1980-е годы отмечены и другими проектами, реализующимися Д. В. Покровским и его Ансамблем, как-то фольклорная студия, организаторами которой выступили Д. Покровский и А. Кабанов. Участников студии непрофессиональных музыкантов – любителей обучали народному пению (педагоги А. Кабанов и Е. Костина), сценическому движению (Ф. Иванов), народному танцу (Т. Скрынник). Таким образом, происходила передача накопленного багажа знаний и умений, приобщение к традиционному народному искусству нового поколения. Показателем успешности освоения данного искусства стало участие студии в культурных мероприятиях в рамках Олимпиады летом 1980 г. Наличие студий или кружков при этномузыкальных коллективах является важным компонентом, в рамках которых хоть и не первой задачей, но реализуются основные функции

социокультурной деятельности, а именно культуросозидания, просвещения, образования и многие другие, в ряду которых самореализация личности занимает не последнее место.

В 1987 г. Ансамбль Дмитрия Покровского принял участие в телевизионной программе «Музыкальный ринг», повлиявшей на привлечение внимания к коллективу и способствовавшее более глубокому пониманию фольклора телезрителей, в особенности молодого поколения.

Таким образом, в период с 1980 по 1996 г. произошло развитие этномузыкального Ансамбля Дмитрия Покровского, выразившееся в многочисленных экспериментах, расширивших творческое амплуа коллектива. С музыкальной точки зрения: реализация задуманной автором концепции единства отечественной музыкальной культуры, а именно приобщение к современному композиторскому творчеству; запись альбомов и выступления с музыкантами в различных направлениях и стилях этнической музыки. Данные аспекты деятельности позволили привлечь контингент слушателей серьезной композиторской и авангардной музыки, ценителей всего этнического и любителей современных популярных направлений. Также произошло расширение географии потенциальной аудитории. Можно отметить и обратный эффект: эксперименты Ансамбля по синтезированию фольклора с другими музыкальными стилями содействовали активизации новой формы воплощения и актуализации фольклора, которой впоследствии воспользовались многие коллективы в сфере этнической музыки. Сотрудничество с театральными и кино режиссерами, участие в спектаклях – являются важным и значимым компонентом PR-кампании данного коллектива, способствовавшим налаживанию коммуникации в театральной и кино среде, а также привлечшим новую аудиторию к его деятельности. Наряду с творческими экспериментами, обогатившими театральные и кинопостановки фольклорным звучанием и живой энергетикой и раскрывшими потенциал самого Ансамбля, участие коллектива в таких постановках послужило инструментом его продвижения:

о нем узнала театральная публика и кинозрители. Поскольку реклама спектаклей, производящаяся как в виде бумажной продукции, так и в виде баннеров, интернет- и телевизионных роликов, имеет значительную аудиторию, то она стала косвенным, но эффективным инструментом продвижения коллектива.

Следовательно, расширение творческого диапазона деятельности, включая эксперименты в жанрах, стилях, направлениях этнической музыки, а так же театральные и киноработы участников коллектива способствовали, с одной стороны, активизации информационно-коммуникационного компонента музыкального менеджмента, что благоприятствовало налаживанию деловых и творческих связей в среде шоу-бизнеса и расширению слушательской аудитории, а с другой, отразилось на его проектно-технологическом и организационном компонентах в виде реализации малых проектов этномузыкального коллектива.

Третий этап развития этномузыкального коллектива мы выделим **1997 – 2011 г.**, характеризующийся как творческая мастерская и окончательное его художественно концептуальное оформление. После кончины художественного руководителя Д. В. Покровского (29 июня 1996 г.) коллектив продолжил свое функционирование, сохраняя и развивая идеи и постулаты своего вдохновителя. С 1998 г. по 2012 г. Ансамбль становится частью театра на Таганке (режиссера Ю. П. Любимова) в статусе творческой мастерской.

Безусловно, Ансамбль был несколько трансформирован как в отношении организационно-административного управления – прикрепления к структуре театра на Таганке, так и в составе участников. Так коллектив покинула солистка Ансамбля – Тамара Смылова, которая организовала «Театр народной музыки», впоследствии влившийся в структуру Московского государственного фольклорного центра «Русская песня» народной артистки России Н. Г. Бабкиной, что позитивно сказалось на расширении ассортимента творческих коллективов центра, репрезентующих

фольклор. На данный момент Ансамбль Дмитрия Покровского и «Театр народной музыки» Т. Смысловой – два самобытных и ярких коллектива, сохраняющих и актуализирующих фольклорные традиции в современном социокультурном пространстве.

В обозначенный период выходят альбомы с записью композиций, написанных специально для Ансамбля современными композиторами, это, например, вокально-хоровой цикл в стиле символизма В. Мартынова «Ночь в Галиции» на тексты В. Хлебникова (запись пластинки произведена в 1999 году в Германии), опиравшегося на сборники исследователя фольклора И. Сахарова, в том числе «Песни русского народа» (1838-1839г.); кантата А. Раскатова «Голоса замерзшей земли» (2001 г.), в которой соединены музыкальные приемы сонористики, кластерные и диссонансные аккорды, полиритмия и «открытое» звукоизвлечение фольклорных исполнителей, олицетворяющих голоса русской деревни; вокально-хоровое сочинение в жанре минимализма А. Батагова «С начала и до конца» (2004 г.). В 2001 году Ансамблем выпущен диск «Голоса замерзшей земли», куда помимо кантаты вошли и другие произведения А. Раскатова, как-то «В поисках утраченного звука» и «Ритуал»). В 2008 г. вышел альбом «Не близко от города недалеко», в Японии в 2008-2009 г. осуществляется запись «Russian Chorus Music: Pokrovsky Ensemble» на студии King Record Co. Ltd. В 2010 г. выходят в свет два русских альбома Ансамбля «Курские песни», который включает «Курские песни» и «Три старинные песни Курской губернии» Г. В. Свиридова (то есть коллектив исполнил обработанный фольклорный материал), и «Виват Россия», в который вошли духовные песнопения «Воспойте, людие», «Радуйся, Петре», «Плач Богородицы», «Господи, к тебе. Псалом 27», а также фольклорные песни разных регионов России, как-то исторические песни «Как на этой было на границе», «Не за речкой было», «Как на матушке на Неве-реке» и т.д. Следовательно, в музыкальном аспекте продолжают переплетаться в единую канву фольклор и композиторское творчество. Ансамбль исполняет произведения классического репертуара и

сочинения композиторов XIX-XX вв. – В. Дашкевича, В. Николаева, А. Раскатова, Г. Свиридова, И. Стравинского, А. Шельгина, М. Шмотовой, А. Шнитке, И. Юсупова. Ансамбль Дмитрия Покровского плодотворно сотрудничает с музыкантами и музыкальными коллективами различных стилей и направлений, например, с ансамблем *Opus Posth* под руководством Т. Гриденко, Кубанским казачьим хором, Бирмингемским симфоническим оркестром, Томасом Адесом и Питером Донохоу, ансамблем *The Pocket Symphony* под руководством Назара Кожухаря, ансамблем «4:33», Бруклинским симфоническим оркестром, Свято-Никольским хором Третьяковской галереи под руководством А. Пузакова, танцевальным ансамблем *Forces of Nature* и т. д. В результате данных экспериментов рождаются новые произведения в синтезе традиционной фольклорной музыки и современных музыкальных течений, прежде всего, этно-джаза, этно-фьюжна, авангардной музыки. Тем самым Ансамбль продолжает осваивать различные формы музыкального фольклоризма: интерпретации и реинтерпретации фольклора в сценических условиях профессиональной музыкальной среды.

Ансамбль после перерыва возвращается к исполнению «Свадебки». С 2005 года это произведение прозвучало с большим количеством различных известных коллективов, как-то с Бирмингемским симфоническим оркестром, Мариинским театром, Лос-Анжелесским симфоническим оркестром, Королевским Стокгольмским филармоническим оркестром и другими знаковыми личностями и коллективами в мире музыки [Нефедова]. При этом ансамблем принципиальных изменений в исполнение авангардной музыки, в которой создано произведение «Свадебка» И.Ф. Стравинского, не вносится, добавляются лишь аранжировочные моменты в инструментальный состав исполнителей. Данные совместные работы подтверждают как признание исполнения коллективом «Свадебки» в профессиональных музыкальных кругах, так и демонстрируют известность и его положительную репутацию в России и за границей.

Концерты «Earthbeat», в которых ансамбль принимает непосредственное участие, покоряют мировые площадки, это и программы в Испании в Лас-Пальмас и в Израиле в Эйлате в 2003 г., в США в Нью-Йорке, в Пенсильвании, Вермонте в 2003, 2004, 2005 гг., в Японии в Токио, Хиросиме, Мисоно, Сендае в 2005 г. В отечественном пространстве данная программа реализуется в концертах Ансамбля Дмитрия Покровского в Москве и в Петербурге, совместно с Полом Уинтером было осуществлено выступление при поддержке Фонда Форда. В 2009 г. в рамках 30-х ежегодных рождественских представлений Пола Уинтера «Solstice» ансамбль принял участие в мероприятии в Нью-Йорке в соборе Saint-John The Divine. То есть музыкальное экспериментирование, заложенное основателем ансамбля Д.В. Покровским, так же находит свою реализацию в художественном аспекте коллектива и после ухода идеолога-руководителя.

Фольклор как основа репертуара коллектива продолжает транслироваться в концертных программах, например, программы «Небылицы в лицах», «Торжествуй, Россия!», «Лики любви русской деревни», «Человек живет, как трава растет» и т.д. При этом, как и ранее, ансамблем интерпретируются песни разных областей России в соответствии с региональными особенностями исполнения, адаптированными под концепцию ансамбля (импровизационная манера ансамбля) и пространство современной сцены.

С точки зрения художественного аспекта показательными проектами, сопутствующими продвижению Ансамбля Дмитрия Покровского, являются участие в телевизионных фильмах «Сказы севера», «Миф Дмитрия Покровского» – авторский проект А. Торстенсена и О. Юкечевой 1995 г. (одна из трансляция которого была на телеканале Культура 16.03.2023, приуроченная к юбилею ансамбля), «Голоса старого дома» (реж. И. Калядин, 1996 г.), и др. Так же ансамблем озвучены мультипликационный фильм «Соломенный жаворонок» В. Новацкого (1980 год)) и художественный

фильм «Жила-была одна баба» (реж. А.Смирнов) 2011 г. Продолжаются активные гастроли коллектива за рубежом и городам России.

С точки зрения организации проекта административные полномочия руководства ансамблем берут на себя соответствующие отделы в структуре театра на Таганке, соответственно изменения коснулись правового компонента музыкального менеджмента коллектива (документально-правовое оформление коллектива). Основными управленческими задачами, включая реализацию организационного и информационно-коммуникационного компонентов музыкального менеджмента, как-то проведение репетиций, коммуникация с потенциальными заказчиками и СМИ, занимаются музыкальный руководитель – М. Нефедова и режиссер О. Юкчева. На данном этапе развития коллектива технологии продвижения ансамбля остаются прежними, не изменяются событийный, включая фестиваль, менеджмент, технологии брендинга и PR-технологии за счет личного бренда Д.В. Покровского (даже после смерти, его имя и результаты его деятельности были на слуху, содействовали привлечению внимания аудитории), а также коммуникация со СМИ, участие в телевизионных, кинематографических и театральных проектах.

Современный этап функционирования, с 2012 г. по настоящее время, характеризуется как становление Ансамбля Дмитрия Покровского как элитарного этномузыкального проекта. С этого времени (2012 г.) ансамбль перестает функционировать при театре на Таганке и входит в структуру ГБУК г. Москвы «Москонцерт», что, естественно, меняет его организационную структуру. Работая на стыке культур композиторского, фольклорного и даже авангардного искусства, синтезируя их, ансамбль уже является элитарным проектом, далеким от массового и популярного искусства. По словам музыкального руководителя Ансамбля Дмитрия Покровского Марии Нефедовой, их творчество – это не воспроизведение того музыкального фольклора, который призван развлекать публику, но интеллектуальная музыка, воздействующая как на духовный мир зрителя, так

и на умственное восприятие [См. Приложение 2, фрагмент интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского]. Элитарность данного коллектива проявляется в первую очередь на музыкальном уровне. Произведения, исполняемые Ансамблем, включая и фольклорные образцы, и композиторское творчество, наполнены сложными гармониями и созвучиями, во многом полиритмичны; трансформируются в сторону усложнения музыкального материала, а не упрощения как общепринятой и наиболее часто применяемой тенденции, приближающей разные музыкальные жанры к популярной массовой музыке. Элитарность имеет свои положительные и отрицательные стороны в продвижении музыкального проекта. В данном случае мы употребляем термины «положительные» и «отрицательные» с точки зрения способов продвижения культурного продукта и сложностей в данном процессе соответственно. Положительное в этом отношении то, что элитарный продукт лимитирован по количеству копий (в данном случае учитываются следующие нюансы: не ведется массовое заполнение эфирного или радионного времени, конкретные концертные программы ограничены количеством постановок, редко можно встретить музыкальный материал в открытом интернет-пользовании и т. д.), рассчитан на определенную публику – ценителей высококачественного искусства, не имеет конкуренции в своей музыкальной нише. А то, что считается продуктом для избранных, априори оценивается более высоко, но сложно для восприятия. Эти же качества одновременно ограничивают стратегию продвижения данного проекта определенными средствами и инструментами рекламы и PR-технологий, следовательно, нужна определенная тактика, учитывающая все особенности данного коллектива, которая не может оперировать обычными среднестатистическими ресурсами, свойственными для продвижения массового культурного продукта.

Показательным фактом, говорящим в пользу широчайших вокальных возможностей данного коллектива, стало исполнение им «Штимунга» истинного авангардного композитора К. Штокхаузена (дирижер и

хормейстер А. Зверева, 2013 г.). Подчеркнем, что это сложнейшее вокальное произведение в жанре авангардной музыки, название которого передает его музыкальную сущность (слово *Stimmung* понимается и как «настройка», и как «голошение») исполнил Ансамбль традиционной фольклорной музыки. Именно авангардные гармонические последовательности и голоса в естественной речевой манере пения создали неповторимое, но подлинно органичное звучание «Штиммунга».

В 2012 году Ансамбль выпустил концертную программу «Парасказки» в камерном зале ММДМ, продолжает реализовывать программы прошлых лет, в последующем выпускаются «Святки, вы святки» (2013г.), духовная программа «Человек живет как трава растет» (в 2016 г. Ансамбль выпустил и соответствующий диск «Человек живет»), «Слово о полку Игореве» (в виде альбома он выпущен в 2016 г.), а так же патриотические программы «В песнях вспомним о вас» (в виде альбома записан в 2017 г., выпущен в 2020 г.) и «И битвы пламя, и любви» (как альбом вышел в 2020 г.) и мн.др. Подчеркнем, что в музыкальном отношении после смерти Д.В. Покровского принципиальных изменений не произошло, Ансамблем исполняются и фольклорные произведения, и композиторские произведения, фольклор актуализируется в виде его синтеза с современными музыкальными течениями, но в отличие от многих других фольклорных коллективов, данный синтез отличается равноценным слиянием двух и более слоев, характеризующихся сложностью и многогранностью компонентов, порождая серьезную музыку, у которой есть рамки в восприятии слушателем.

Отметим, что вызывающий когда-то ажиотаж у публики облик участников Ансамбля в фрагментарно фольклорном облачении с вкраплениями делового стиля в современных реалиях выглядит весьма лаконично, а вот вокальная манера исполнения, эксперименты с различными музыкальными пластами и направлениями по-прежнему выделяют коллектив из множества фольклорных коллективов, представленных на современной сцене.

Организационный аспект, наоборот, подвергся значительным преобразованиям. Участники Ансамбля менялись на протяжении функционирования проекта, так в современный его состав входят О. Добрынин, Е. Королев, М. Нефедова, А. Самсонов, М. Степанич, А. Табатчиков, В. Тульская, М. Черкашина, И. Шишкина, А. Шлевис, О. Юкечева, но постулаты и принципы Д. В. Покровского чтятся и сохраняются до сих пор. Основные административные, организационные, рекламные функции, а также коммуникацию со СМИ выполняют соответствующие отделы в структуре Москонцерта. Однако наряду с этим отметим весомый вклад в функционирование, укрепление и развитие организационного, информационно-коммуникационного и маркетингового (в виде прямой рекламы) компонентов музыкального менеджмента коллектива директора Ансамбля Алексея Табатчикова, его музыкального руководителя Марии Нефедовой и режиссера Ольги Юкечевой, которые помимо всей художественной составляющей (подбор, разучивание и адаптация музыкального материала, хормейстерская работа, режиссирование сценических программ, хореографическая постановка, проведение репетиций, концертных программ и спектаклей и др.) формируют и публикуют рекламные тексты в социальных сетях, на официальном сайте коллектива, в СМИ, а также лично контактируют с потенциальными заказчиками. Все это они совмещают с непосредственным участием в концертной деятельности коллектива. Можно констатировать переплетение полномочий управленца, продюсерской функции (то, что мы вкладываем в понятие менеджмента) и деятельности художественного руководства, что, безусловно, делается с учетом специфики коллектива: особенности воплощения фольклорного материала, определенные знания фольклорной стилистики, ее вариантов и специфической информации, которой часто не располагают среднестатистические менеджеры, занимающиеся общим музыкальным управлением. Такая постановка дела положительно и продуктивно сказывается на политике развития Ансамбля Дмитрия

Покровского. Вовлеченность художественного руководителя и участников Ансамбля в процессы организации позволяет не только повысить качество подаваемой информации об этномузыкальном коллективе, но и накладывает отпечаток на художественный аспект деятельности коллектива в виде непосредственного контакта с заказчиком и потребителем культурных ценностей, а, следовательно, оперативное реагирование на изменения в социокультурных запросах и потребностей аудитории.

На сегодняшний момент Ансамбль оформлен как Автономная некоммерческая организация в рамках Национального фольклорного центра, образованного Д. В. Покровским, на базе Москонцерта (Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы «Москонцерт»). В 2023 году Ансамбль Дмитрия Покровского отметил пятидесятилетний юбилей. К этой дате была приурочена серия концертов, в числе которых большой юбилейный концерт 15 февраля 2023 г. в Малом зале Московской консерватории, праздничный шоу-концерт в 2-х отделениях в Московском доме композиторов 31 мая 2023 «От фольклора до авангарда», которые были успешно восприняты широкой аудиторией и освещены в СМИ такими информационными ресурсами как РИА Новости, Комсомольская правда, Российская газета, ТАСС, News.ru и т.д.

В то же время необходимо отметить, что в современных реалиях общей рекламы Ансамбля Дмитрия Покровского через доступные средства массовой информации и коммуникации мало, ввиду отсутствия компетентного специалиста в области информационного маркетинга и пиара. Данная вакансия открыта в организационной структуре коллектива. Но одновременно с тем, что этот пробел в заполнении информационного пространства рекламными материалами существует, отметим, что специфическая концепция Ансамбля, с нашей точки зрения, не предполагает агрессивных методов PR-технологий и рекламы. Ансамблем до конца не выработана тактика продвижения, дозированная и выверенная по количеству сообщений и информационным источникам с акцентом на эксклюзивные его

характеристики — креативный зрелищный образ и качественность уникального репертуара. Анализ музыкального менеджмента коллектива говорит о том, что в дальнейшем ему предстоит серьёзные преобразования в проектно-технологическом (разработка новых, соответствующих современным социокультурным условиям, стратегий развития этномузыкального коллектива), маркетинговом (преобразование или актуализация имиджа коллектива, поиск новых рекламных технологий) и информационно-коммуникационном (применение современных PR-технологий, расширение и поиск новых коммуникативных связей в среде шоу-бизнеса и в целом в музыкальной культуре) компонентах с целью популяризации собственной деятельности не только среди знатоков фольклорной культуры, но и среди широкой общественности. Обязательная налаженная область продвижения в организационной структуре этномузыкального коллектива возникла именно в современных условиях, в которых обострилась конкуренция из-за обилия творческих коллективов, возникающих с завидной регулярностью, а также с ростом технических возможностей для распространения информации, позволяющим сбыть и продукт низкого качества. В связи с ростом количества коллективов и исполнителей происходит перенасыщение музыкальной сферы, рождается плотная конкурентная среда и, как следствие, методы продвижения становятся все более агрессивными и бескомпромиссными. Даже в этих условиях можно констатировать статусную устойчивость проекта, активное творческое функционирование и стабильность.

Согласно современным тенденциям и диктуемой информационным обществом необходимостью, Ансамбль Дмитрия Покровского имеет свой контент в виде официального сайта, функционирующий с 2012 г., который также служит инструментом координации и объединяющим звеном в системе других социальных сетей, а так же содержит наиболее полную информацию, как о коллективе, так и о его художественном руководителе, Д. В. Покровском, включает ссылки на ресурсы, где размещены проекты с

участием ансамбля, а так же статьи и рецензии экспертов о нем. За счет социальных сетей можно узнать самые актуальные новости о коллективе, о концертном графике и другой оперативной информации. Такие сети как ВКонтакте (<https://vk.com/dmitripokrovskyensemble> – почти 3000 участников сообщества, что весьма много для этномузыкального коллектива позиционирующего себя как элитарный проект) служат хорошей рекламной площадкой, позволяющей за счет внутренних ресурсов продвигать нужный контент. Сайт так же взаимосвязан ссылками с информационными ресурсами Москонцерта, промоутерской организацией Ticketland, с партнерскими организациями и соратниками коллектива. Хотя в связи с современной ситуацией в музыкальной сфере, обусловленной обилием творческих коллективов и исполнителей (в том числе и в фольклорной стилистике), значительно увеличивается конкуренция в этой среде, Ансамбль остается авторитетом, уникальным в своем роде, поэтому он является образцом фольклорного коллектива. Благодаря своей не имеющей аналогов концепции, он занял особую нишу в данной среде и гибко и своевременно реагирует на все изменения в современном социокультурном пространстве, поддерживая и развивая интерес аудитории искусства к ценностям фольклорной культуры.

Еще одним, наряду с устойчивым имиджем коллектива, применением рекламных технологий различных интернет-ресурсов, значительным фактором в продвижении служит его участие в телевизионных и радиопередачах, публикации интервью с его участниками, освещение в СМИ концертных программ, постановок Ансамбля, приуроченных к знаковым историческим событиям и культурно значимым датам. Среди них стоит отметить: «Композиторы и фольклор» 08.06.2021, «Дороги победы» 09.05.2021; радиопередачи «Действующие лица» на Радио Культура 19.02.2021, съемки в передаче музыкальный клуб «Шаболовка 37» (исполнение таких казачьих песен как «Светит месяц», «Растворите мне темницу», романсы «Мне наскучило девицы» на слова А. Гурилева, «Оседлаю коня быстрого» А. Кольцова и др.) участие в новостных сюжетах

(«Доброе утро на первом канале», «Евразия Культурно» телеканал Мир, «Свиридовская арт-экспедиция» и т.д.), трансляции концертов и программ, как например, «Песнь кругового танца», «Масляной счастливой» «Наш Пушкин» и др. на телеканале Культура др. Безусловно, как отмечает Мария Нефедова, телевизионных и радиоэфиров в последнее время стало значительно меньше, хотя ввиду значимости Ансамбля как в фольклорном, так и в культурном пространстве в целом, этого могло бы быть в более значительном количестве [См. Приложение 2, фрагмент интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрием Покровским]. Однако для коллектива в данном жанре телевизионные и радио-ресурсы являются достаточно сложным источником продвижения, в основном из-за недостаточной популярности фольклора в массовой культуре. Фольклор находится вне поля остро модных, сменяющих друг друга музыкальных течений, композиции и исполнители которых заполняют музыкальные эфиры.

Участники коллектива регулярно концертируют (например, репертуарные программы с успехом воспринимаемые зрителями, «Лица России», «Голубиная книга», «Наш Пушкин», «Лики любви русской деревни» и многие другие выступления на ведущих площадках г. Москвы), проводят мастер-классы по вокалу и ансамблевому пению в образовательных учреждениях; с достаточно большой регулярностью принимают участие в фестивалях и конкурсах в качестве членов жюри и как специально приглашенные гости (*headliner*) (например, ансамбль исполнил программу «Лица России» в рамках международного музыкального фестиваля «От востока до запада» 17 июня 2023 г.). Это тоже является определенной линией развития в продвижении коллектива, способствующей распространению информации о проекте и расширяющей круг поклонников коллектива.

Таким образом, Ансамбль Дмитрия Покровского – это творческое объединение людей, деятельность которого представлена совокупностью мероприятий: сбором фольклорного материала, работой с авторскими

произведениями, аранжировками, разучиванием произведений и пр. (художественный компонент); организацией репетиций, подбором исполнителей и т.д. (организационный компонент); созданием и развитием этномузыкального коллектива (проектно-технологический компонент), имеющего уникальный имидж (маркетинговый компонент); рекламной кампанией и продвижением фольклорного продукта в музыкальной культуре (информационно-коммуникационный и маркетинговый компоненты) т.п. Результатом этой деятельности является создание неповторимого продукта – концертных программ и претворением различных внутренних и совместных с другими творческими единицами проектов.

Деятельность коллектива основана на сохранении, реинтерпретации и, как следствие, актуализации фольклора. Без претворения традиции в современность, она (традиция) превращается в реликвию, бережно сохраняемое, но музейное достояние. Как отмечает М. Нефедова «Фольклорные исполнители развивали традицию, делали смелые шаги для ее обновления, не изменяя ей» [См. Приложение 2, фрагмент интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского]. Именно благодаря творческим экспериментам, вплетающим в канву современного музыкального пространства композиторское творчество, включая авангардное искусство, подлинные фольклорные традиции музыкального искусства, познанные и воспринятые от носителя традиции и адаптированные к современному исполнителю (коллективу исполнителей) и актуальное переосмысление фольклора в виде равноценного слияния их со стилями и направлениями современной музыки происходит встраивание фольклора в современную музыкальную культуру. Современность подтвердила правоту этой позиции: как наглядно видно в современных реалиях, фольклор продолжает жить, актуализируясь, трансформируясь, тем самым демонстрируя свой потенциал «вечного» искусства. Коллективы, работающие в данном направлении, не только продолжают свое успешное

функционирование, но и благотворно влияют на развитие тенденций, способствующих национально духовному единению нашего народа.

Анализируя деятельность в разные периоды существования коллектива, отметим, что основными средствами его продвижения являются: распространение информации о коллективе соответствующими рекламными отделами Москонцерта; внутренняя коммуникация в музыкальной и в фольклорной среде, устный тип распространения информации; продвижение коллектива за счет PR-технологий (к сожалению, чаще – ситуативных); событийная реклама подготовка программ, приуроченных к конкретным событиям, которые освещаются в СМИ, на телеэкранах и в прессе); в меньшей степени участие в телевизионных и радиопрограммах, а также трансляции концертов коллектива на телевидении и радио.

Успешности и эффективной реализации деятельности Ансамбля Дмитрия Покровского способствовало компетентное применение социокультурных технологий: вовлеченность лидера коллектива в основные организационно-управленческие процессы этномузыкального проекта, совокупность инструментов формирования и продвижения проектного продукта (PR- и рекламные технологии), благоприятные условия в социокультурном пространстве.

Деятельность Ансамбля в целом продолжает линию, намеченную еще при жизни Д. Покровского: исполнение материала, рассчитанного не на массовую публику, а на знатоков фольклора. При этом сам фольклорный материал подвергается изменениям под воздействием тех современных музыкальных течений, в рамках которых происходила его интерпретация, т.е. происходит его актуализация. Отметим, что в последнее время все реже наблюдаются творческие эксперименты коллектива, основанные на реинтерпретации фольклора. Изначальная позиция Ансамбля в отношении публики ограничивает социокультурные и проектные технологии, применяемые в его деятельности, и относительно мало способствует популяризации фольклора в современных условиях.

3.2. Деятельность ансамбля «Русская песня» по сохранению и актуализации фольклора

Самобытным коллективом в фольклорной стилистике длительно и успешно функционирующим в современном социокультурном пространстве является этномузыкальный коллектив, созданный как ансамбль, в настоящее время – Московский государственный академический театр «Русская песня» под руководством народной артистки России, Чеченской Республики и Республики Ингушетия Надежды Георгиевны Бабкиной. Он был создан в 1976 г. на базе оркестра русских народных инструментов «Боян», в котором Н. Г. Бабкина была солисткой.

Ввиду долгосрочного функционирования и постоянного развития данного коллектива, сопровождавшихся различными организационными и художественными преобразованиями, мы предлагаем следующие этапы его существования: этап создания и становления (1975–1981 гг.), развития и оформления организационных структур (1981–2002 гг.), активного продвижения (2002–2012 гг.), современный формат творчества, адаптированный к социокультурным условиям музыкальной культуры (2012 – по настоящее время). Подчеркнем, что границы периодов условны, ведь ни один из процессов в культуре не начинается и не заканчивается внезапно, без подготовки. В то же время, мы считаем возможной именно такую периодизацию с точки зрения использования социокультурных технологий сохранения и актуализации фольклора.

Сложившись в тех же социокультурных условиях, что и Ансамбль Дмитрия Покровского – 70-80-е гг. XX века, благоприятствующих деятельности коллективов в народной стилистике, характеризующихся запросами общества того времени на подлинное национальное искусство, ансамбль «Русская песня» привлек внимание общественности. *Начало творческого пути коллектива (1975-1981 гг.)* связано с поисками художественной концепции, выделяющей его среди других ансамблей и

исполнителей подобного рода. Деятельность коллектива сразу выстраивалась с учетом привлечения внимания потенциальной аудитории, для чего создавался определенный имидж, нарабатывалась устойчивая репутация, на основе которых впоследствии и сформировался личный бренд Н. Г. Бабкиной и бренд ее коллектива.

Художественный руководитель, лидер, идеолог ансамбля Н. Г. Бабкина еще в годы своего обучения в музыкальном колледже в Астрахани знакомится с композитором А. Гладченко, исполняет его авторские песни, они совместно обрабатывают фольклорный материал (1967-1971 гг., до организации коллектива). Эти обработки народных песен становятся основой ее репертуара. Поступив в Институт им. Гнесиных, она организует свой ансамбль, одновременно выступая солисткой в оркестре народных инструментов «Боян». В художественном аспекте на певицу и ансамбль повлияло творчество народных певиц Людмилы Зыкиной, Ольги Воронец, Александры Стрельченко, исполнявших обработки народных песен и авторские произведения в народной стилистике.

Изначально ансамбль «Русская песня» имел женский состав в количестве шести человек, исполнявший фольклорные традиционные произведения а саррелла, затем состав расширился и дополнился мужскими голосами. С 1974 года он функционировал как студенческий коллектив, принимая участие в многочисленных фестивалях и конкурсах различного формата и масштаба. Например, в 1978 г. в Братиславе на международном фольклорном фестивале коллектив за лирическую песню «Сохнет-вянет во поле травушка» в обработке В. Клюева был отмечен золотой медалью. В том же 1978 г. коллектив под руководством Н. Г. Бабкиной обретает профессиональный статус и работает при Москонцерте, то есть происходят качественные преобразования в организационном, финансовом и правовом компонентах его музыкального менеджмента. Творческая деятельность данного периода связана с концертной практикой и фестивально-конкурсным

менеджментом, ансамбль в тот этап развития не осуществлял запись аудио альбомов.

Художественная концепция этномузыкального коллектива, сформулированная и реализованная Н. Г. Бабкиной, состоит в воплощении в современном пространстве сцены традиционного ансамблевого многоголосья. Данный коллектив исполнял фольклорные композиции в вариантах, достаточно близких к оригиналу – аутентичному образцу, безусловно, адаптируя их к современному восприятию и к сценическим условиям (интерпретация и реинтерпретация фольклора). Некоторые произведения, исполняемые ансамблем, были собраны в экспедициях по регионам России, обработаны и аранжированы самой Н. Г. Бабкиной (выполнено более ста обработок русских народных песен), что является достаточно распространенным и одновременно важным процессом реинтерпретации фольклорного материала, положительно сказывающемся на бережном и грамотном охранении образцов фольклора и, одновременно, их актуализации. При этом фольклорный материал претерпевает изменения и переработку, в результате чего насыщается авторскими элементами. При этом наряду с фольклорными композициями в репертуаре присутствуют и композиторские обработки народных песен, коллектив уже на ранних этапах функционирования сотрудничает с композиторами, например, с В. Беляевым, В. Клюевым, Ж. Кузнецовой и др.

Деятельность коллектива не ограничивалась только вокальным исполнением народных песен, а часто являлась театрализованным представлением или концертным выступлением с элементами театрализации, что в целом свойственно этномузыкальным коллективам различного вида, ведь фольклор, лежащий в основе их репертуара, – явление синкретичное, где неразрывно сплетены слово – музыка – действие – хореография. Так, характеризуя этномузыкальный коллектив в обозначенный период, отметим, что с точки зрения художественного аспекта закладываются основы его репертуарной политики и модели и форматы работы с фольклорными

первоисточниками, а также сценический образ и имидж коллектива. В рамках организационного компонента выделим деятельность художественного руководителя ансамбля – Н. Г. Бабкину, которая уже на данном этапе начинает совмещать художественное руководство с обязанностями управленца. При этом основные функции организации концертов, продвижения коллектива и коммуникацию со СМИ (информационно-коммуникационный и маркетинговый компоненты) осуществляют соответствующие отделы Москонцерта. На этапе создания выделим основными чертами проекта принципы «критического порога модификации», выраженный в планировании и реализации проектировочной деятельности в заданных социокультурных условиях, в которых уже были представлены различные формы актуализации фольклорного наследия; проблемно-целевой ориентации, вытекающий из предыдущего, в ядре которой лежит нахождение ансамблем и его руководителем самобытного и одновременно креативного концептуального формата музыкального проекта в народной стилистике, актуального для того времени. Основными инструментами продвижения этномузыкального проекта являются технологии имиджелогии и брендинга, концертный и конкурсно-фестивальный менеджмент, последний из которых наиболее эффективен на этапе создания данного рода проектов.

На следующем этапе развития этномузыкального коллектива (1981-2002 гг.) происходит реорганизация организационно-административных структур, непосредственно отразившаяся на используемых социокультурных технологиях, прежде всего, на технологиях музыкального менеджмента, и развитие имиджа и репутации ансамбля «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной. Данный коллектив представляет собой яркий пример проекта, актуализирующего и встраивающего традиционный фольклор в современное пространство сцены, а также создающий произведения на основе принципиально характерных черт, свойственных фольклору, то есть с применением метода стилизации. В

данный период ансамблем выпускается первый официальный альбом «Душа в степи» (1986 г.) в музыкальном сопровождении оркестра народных инструментов. В альбоме звучат музыкальные традиционные наигрыши в оркестровом переложении и обработанные варианты широко известных традиционных народных песен (в основном казачьей песенной традиции, как например, «Распрягайте, хлопцы, коней» (существует версия, что песня создана И. Негребицким), «По Дону гуляет» (в основе которой лежит стихотворение Д. П. Ознобишина «Чудная бандура» и пр.), в которых сглаживаются яркие характерные региональные особенности, а многоголосье выстраивается по принципу классической музыкальной гармонизации. Это стало возможным именно благодаря обращению к поздне-традиционному фольклору и даже авторским произведениям, перешедшим в статус народных песен. Наряду с исполнением фольклора конкретных региональных традиций присутствуют и утратившие локальную идентификацию народные песни, как например, «На речке, на речке, на том бережочке», которая звучала во многих фильмах в исполнении известного актера Е. Леонова, а так же песни, принадлежащие конкретному автору, но полюбившиеся народом, прошедшие этап фольклоризации (коллективную цензуру, бытующие по фольклорному типу) и укоренившиеся в статусе народной песни, например, «Ой, мороз, мороз» М. Уваровой, «Ой, то не вечер» сл. народные, муз. Ж. Бичевской и т.д.

Также в данный период выходят такие альбомы, как «Шумел камыш» (1994 г.), в котором звучат фольклорные песни, исполненные в приближенном к традиционному образцу виде, а так же в обработках по народному типу песни, как например, «Вечерний звон» сл. И. Козлова, муз. А. Алябьева. Уже в данном альбоме присутствуют эксперименты с аранжировкой фольклорного материала в современных тенденциях, как например «Как хотела меня мать» аранжирована в стиле поп-фолк. Яркими альбомами ансамбля являются и «Казачка Надя» (1995 г.), включающий авторские произведения, стилизованные под фольклор, например

одноименная названию альбома песня композитора С. Горбачева и автора слов Н. Денисова; «Верила, верила я» (1998 г.), включающий аранжированные в современных тенденциях фольклорные песни, как например, русская народная песня «Четыре ветра» – фолк-рок стилистика, лирическая песня Волгоградской области «Колечко» – дуэт саксофона и народного вокала в стиле этно-джаз; «Черная моль» (1999 г.), где городские романсы решены в стиле джаз и соул музыки, «Как жажнем» (2000 г.) – традиционные казачьи песни исполнены современным оркестровым сопровождением; фолк-фьюжн альбом с элементами популярных музыкальных стилей того времени, таких как шансон, R&B, хип-хоп «Дама русская» (2001 г.).

Стоит отметить и специфический концертно-сценический стиль ансамбля, выраженный в их костюмах, основанных на нарушении постулатов традиционной культуры. Мужские шапки на женщинах, стилизованные дизайнерские образы (яркие, эффектные наряды насыщенных цветов, платки с традиционными орнаментами), короткие юбки у вокалистов (наподобие сценических хореографических костюмов) и пр. То есть в рамках информационно-коммуникационного и маркетингового компонентов была использована технология провокации публики, относящаяся к эффективным PR-технологиям в шоу-бизнесе, вызывающая активную эмоционально-эстетическую реакцию зрителей и привлекающая тем самым внимание широкого круга общественности. При этом сценический образ коллектива точно срежиссирован, имеет выстроенную образно-сюжетную линию, что позволило сформировать концертную программу в виде театрализованного представления, а в дальнейшем нашло воплощение в становлении театра «Русская песня».

В целом в период с 1981 по 2002 г. музыкальная стилистика ансамбля «Русская песня» Н.Г. Бабкиной насыщена различного рода экспериментами с традиционными песнями, включая исполнение в приближенном к

фольклорному образцу виде, авторские произведения, обработки песен в современных стилях.

В 1981 г. на базе ансамбля создается Московский фольклорный центр «Русская песня», в 1994 г. фольклорный центр становится самостоятельной организацией при Комитете культуры города Москвы, а значит, расширяется организационно-административный компонент музыкального менеджмента коллектива. В работе центра принимают участие режиссеры С. Цветков, Л. Гречишникова, балетмейстер Е. Карасева, художники и модельеры А. Мамаев, М. Федорова, В. Юдашкин. По распоряжению Департамента по культуре г. Москвы в 2000 г. многофункциональный фольклорный центр преобразовывается в Государственное бюджетное учреждение культуры «Московский государственный музыкальный театр фольклора «Русская песня»», что само по себе стало логичным развитием коллектива, поскольку театрализация фольклора – одна из наиболее приемлемых и близких форм для воспроизведения народных традиций, позволяющая погрузить зрителя в динамичную зрелищную атмосферу. Театр стал новым витком в развитии данного коллектива, новой российской культурной площадкой, где транслируются национальные ценности, репетиционной базой для всех его проектов. С появлением театра ансамбль «Русская песня» приобрел статус знакового коллектива, своего рода независимость от других концертных площадок и выступлений и стабильность в реализации концертного графика. Как следствие повысился престиж этномузыкального коллектива. Таким образом, в данный период выстраивается организационно-административная конъюнктура театра «Русская песня», где во главе художественно-управленческого отдела (художественный руководитель и директор театра) по-прежнему находится Н. Г. Бабкина, делегирующая конкретные полномочия, как в художественном отношении, так и в управленческих и продвиженческих задачах отдельным профессиональным единицам, официально существующим при театре. При этом расширение творческой деятельности коллектива благоприятствовало оптимизации «зоны

ближайшего развития», примером чему служит созданная в 2002 г. детско-юношеская фольклорная студия при театре «Русская песня» под художественным руководством Н. Г. Бабкиной. Еще раз подчеркнем, что наличие детской студии при взрослом составе является отличающей чертой многих этномузыкальных коллективов, служит подтверждением статуса ансамбля, а также одним из наиболее эффективных механизмов реализации социокультурных функций актуализации фольклора, так как данные студии транслируют его для молодого поколения, прививают любовь к нему, уважение, развивают в юных талантах правильные ценностные ориентиры. В целом деятельность театра «Русская песня», включающая как реализацию постановок, в том числе и театрализованных народных действий, так и консультативно-методическую поддержку и не только молодых талантов в жанре народной музыки, направлена на оптимизацию зоны ближайшего воздействия.

Сама Н. Г. Бабкина успешно сочетает артистическую, педагогическую (в качестве профессора ГИТИСа), общественную (активный политический деятель, организатор знаковых этнокультурных фестивалей и конкурсов), режиссерскую и управленческие виды деятельности (как художественный руководитель и директор театра). Артистическая жизнь Н.Г. Бабкиной в анализируемый период насыщена событиями, мероприятиями и творческими успехами. В 1986 г. Н. Г. Бабкина была удостоена звания Заслуженной артистки РСФСР, а в 1992 году – Народной артистки России. Государственные звания – это признание артиста как профессионала в своей области, а поддержка государственных структур – важный элемент, благоприятствующий укреплению репутации этномузыкального коллектива, способствующий, в том числе, привлечению внимания аудитории к его творческой деятельности, и, как следствие, его эффективному продвижению. Еще одной площадкой продвижения ансамбля «Русская песня» и его руководителя на данном этапе является телевидение и радио. Так Н. Г. Бабкина в 1993 г. принимает участие в качестве актрисы в

художественном фильме «Если бы знать» режиссера Б. Бланка. В 2000 г. артистка озвучила персонаж Атаманши в российском полнометражном фильме-мюзикле режиссера А. Горленко «Новые бременские». В этом же году выходят в свет два клипа Н. Г. Бабкиной – «Гроза» и дуэт с В. Назаровым «Вот и встретились». С 2000-х гг. она становится соведущей на Радио Маяк в программе «Бабкина суббота» (2000-2007 гг.).

Помимо участия в различных проектах, реализуемых на телевидении, весомый вклад был осуществлен Н. Г. Бабкиной в дело сохранения и популяризации народного нематериального духовного наследия нашей страны и развития молодых талантов в данной сфере. Певица не только часто выступала в роли председателя и члена жюри в различных конкурсах (например, председатель Всероссийского конкурса им. О.В. Ковалевой с 1999 г., председатель Детского культурного форума Министерства культуры РФ и ФГБУК Росконцерт, председатель международного фестиваля «Славянский базар» и пр.), но и сама является организатором ряда фестивалей и конкурсов. Так в 1993 году она совместно с ансамблем организует конкурс «Нижегородская карусель», а в 1997 г. – фестиваль «Казачий круг». Так в данный период функционирования происходят значительные преобразования в художественном (увеличение творческих амплуа коллектива, творческие, включая музыкальные эксперименты по синтезированию фольклора с современными музыкальными стилями); организационном компоненте музыкального менеджмента этномузыкального коллектива в виде образования и развития новых структурных единиц (фольклорный центр, детская фольклорная студия); трансформируется его маркетинговый (расширение информационных площадок и рекламных инструментов) и информационно-коммуникационный компонент в виде популяризации личного бренда Н.Г. Бабкиной (то есть увеличения ее популярности как артистки), расширения коммуникационных связей в среде шоу-бизнеса, театральной сфере и в фольклорном мире, которые

(преобразования) способствуют эффективному функционированию этномузыкального коллектива.

Следующий этап развития коллектива (2002–2012 гг.) – его стремительное продвижение – насыщен музыкальными экспериментами и соответствующими тенденциям того времени, необходимыми для эффективного развития проекта организационными преобразованиями, внедрением новых технологий для продвижения и привлечения внимания потенциальной и удержания фактической аудитории коллектива. В данный период выпускается большое количество музыкальных альбомов: совместный с группой «Дискомафия» альбом «Не думала, не знала» 2004 г., «Grand Collection» 2004 г., альбомы 2006 года «Четыре двора» и «Ковано колесо», альбомы 2007 г. – «Летят утки» и «В звездном хороводе», альбом «Песни России» 2008 г., и два альбома 2010 г. – «Бабкин рок» совместно с группой «После 11» и «Новое неизданное». Композиции из альбома «Не думала, не знала» были исполнены в концертной программе Славянского базара в 2003 г. Одноименный трек концептуально решен в современной стилистике, а именно: сольные запевы и Н.Г. Бабкиной и участников группы «Дискомафия» звучат в эстрадной подаче с приемами современного вокала (субтон, придыхательная атака звука, мелизматические конструкции и т.д.) сочетаются с элементами народного многоголосья и эстрадно-джазового бэк-вокала септаккордового склада, обрамляются современной аранжировкой в духе r'n'b музыки с плотным басом, семплированных звуков.

Альбом «Grand collection» 2004 г., состоящий из 28 разножанровых и полистилистических композиций, представляет пример многообразия форм актуализации фольклора и исполнения авторских произведений для народного голоса, органично вплавляемых в конструкт современной музыкальной культуры. Так произведение для народного голоса «Ромашки спрятались» композитора Е. Птичкина на слова И. Шаферана прозвучало в форме многоголосного a'cappella, по колориту близкому лирическим традиционным песням. В альбоме в современном звучании с

аккомпанементом народного оркестра и акустической гитары исполнена «Уральская рябинушка» (муз. Е. Родыгина на сл. М. Пилипенко); многоголосно прозвучала «Куда бежишь, тропинка милая?» (муз. Е. Родыгина на сл. А. Пришельца); в многоголосном же варианте в народной манере пения с изменением авторской мелодии под аккомпанемент, включающий ударную секцию «Темная ночь» (муз. Н. Богословского на сл. В. Агатова); в современной хоровой аранжировке с гармонизацией септаккордовыми последовательностями в сочетании со звучанием акустической гитары, домры и многоголосного ансамблевого вокала «Подмосковные вечера» (муз. В. Соловьева-Седого на сл. М. Матусовского). Яркое театрализованное действие представляет собой реинтерпретация песни «Четыре двора». Атмосфера ярмарки создается благодаря залихвацким выкрикам, возгласам, а также мелодическим включениям других популярных народных песен и авторских произведений, например, мажорного мотива «Барыня» (распространенный рефрен, используемый в позднем жанре фольклора – частушках), музыкальной цитаты из песни «Тюх-тюх» (муз. И. Дунаевского на сл. В. Лебедева-Кумача). Частые инструментальные проигрыши, в которых солируют разные инструменты как народного оркестра (гармонь, контрабас, рожки, баян), так и эстрадного (саксофон и труба) так же подчеркивают атмосферу праздника. Фольклорные композиции звучат в современных обработках в стилях этно-фьюжн: «Кукушечка», «Казаченька», «Цыган Ян» и т.д.

В обозначенный период музыкальные эксперименты не ограничиваются авторским прочтением народных или композиторских произведений для народного голоса в стилистическом направлении этно-фьюжн, а характеризуются и обращением коллектива к стилю фолк-рок, примером чему служит альбом «Бабкин рок», записанный совместно с группой «После 11».

В целом художественный компонент деятельности коллектива подвергается значительным изменениям: увеличение вокальной группы и

появление танцевальной группы усиливают зрелищность восприятия; в постановках всё чаще проявляются элементы шоу; инструментальная группа заменяется современными аранжировками и фонограммными записями; осуществляются театрализованные представления и спектакли и др. Все видоизменения и новшества происходят в коллективе с подачи и под руководством Н. Г. Бабкиной и касаются как художественной части, так и управленческой специфики, PR- и рекламных технологий. Продолжает укрепляться и развиваться статус коллектива, что подтверждается участием ансамбля «Русская песня» в важнейших государственных культурных проектах, таких как встреча Глав государств и правительств «Группы Восьми» в Санкт-Петербурге в 2006 г., саммите глав содружества независимых государств в Сочи в 2006 г.

Активно развивается и личный бренд Н. Г. Бабкиной, который напрямую влияет и на развитие бренда ансамбля. Ее фильмография пополняется такими актерскими работами, как роль мамы Герды и Кая в мюзикле «Снежная королева» режиссера М. Паперника, съемка в эпизоде сериала «Веселые соседи» (2006 г.) режиссера А. Балашова, в фильме «Глупая звезда» (2008 г.) режиссера Ю. Стыцковского, в сериале «Любовь – не шоу-бизнес» режиссера М. Славского (2008 г.). В 2004 году Н.Г. Бабкина озвучивает комедийный сериал «Моя большая армянская свадьба» режиссера Р. Нахапетова. Из других ярких примеров участия Н.Г. Бабкиной в медийных проектах, способствовавших привлечению внимания и к персоне артистки, и к ее ансамблю – роль ведущей в кулинарной программе «Рецепты судьбы» на телеканале ТВ-3 (с 2007 г.); роль соведущей в телевизионной передаче «Модный приговор» с историком моды А. Васильевым на Первом канале (с 2010 г. по 2021 г.). Сам факт ее пребывания в передаче о стиле и моде, тем более в качестве защитницы приглашенных гостей, говорит о доверии к ней зрителей, ее «близости» зрителю, и, одновременно, лидерских качествах, благотворно способствующих внутреннему и внешнему преображению личности ее подопечных. Участие в данной передаче – это проявление

статуса Н. Г. Бабкиной как личности, олицетворяющей и ассоциирующей с русской народной культурой, русской песней, и одновременно инструментом не прямой рекламы ее как исполнительницы и как руководителя творческого коллектива. В 2010 г. вышел документальный фильм «Надежда Бабкина «Живу, как сердце подсказало», приуроченный к юбилею народной артистки России.

Важно отметить, что для деятельности коллектива, прежде всего, для его продвижения, становятся знаковыми факты биографии Н. Г. Бабкиной, показатели ее общественной деятельности: сначала как депутата от партии «Единая Россия», а с 2010 г. как советника Президента по делам казачества, ведь расширение сферы деятельности Н. Г. Бабкиной не только способствовало укреплению ее личного престижа и имиджа коллектива, но и благотворно повлияло (и влияет до сих пор) на сохранение и популяризацию национального фольклорного наследия в нашей стране – расширение инструментов оптимизации зоны ближнего воздействия, решение конкретных проблем в области социокультурного проектирования. Пополняется и ее коллекция государственных наград – в 2010 г. она получает орден «За заслуги перед Отечеством». Таким образом, информационно-коммуникационный компонент музыкального менеджмента в данный период времени развивается благодаря применению одной из главных и эффективных технологий продвижения этномузыкального коллектива – личному бренду, так как статус и известность среди широкой аудитории личности Н.Г. Бабкиной и укрепление ее официального статуса непосредственно влияют на продвижение ансамбля «Русская песня».

Важным для сохранения и актуализации фольклора стала организация в 2006 г. Н. Г. Бабкиной (автор проекта и художественный руководитель) и ансамблем «Русская песня» (участие, организационная помощь в проведении мастер-классов) ежегодного всероссийского фестиваля-марафона «Песни России», реализуемого Благотворительным фондом «Народная певческая культура» и Всероссийской политической партией «Единая Россия» при

организационном и финансовом содействии Министерства культуры РФ. Фестиваль-марафон – масштабный этнокультурный проект, охватывающий более 83 регионов нашей страны, включая крупные и малые города России, а также различные ее населенные пункты. Первый знаковый концерт этнокультурного проекта «Песни России» прошел 28 марта 2007 г. в г. Тейково Ивановской области. В рамках этого проекта проходят концерты-смотри талантливых исполнителей и коллективов в жанре народной музыки, в центральных регионах России проходят гала-концерты с участием лучших исполнителей народной музыки. Завершением фестиваля-марафона является ежегодный заключительный гала-концерт в Государственном Кремлевском дворце. В гала-концертах и важных мероприятиях фестиваля-марафона «Песни России» принимают участие ансамбль «Славяне», балет «Живая планета», группа «После 11», дуэт «Братья Бондаренко», детская фольклорная студия «Наследие», группа «Русская песня XXI века» (созданная Н.Г. Бабкиной), этно-рок группа «Аргымак», фольклорный ансамбль «Айланьс», заслуженная артистка республики Саха-Якутия Альбина Дегтярева, этнографическая фольклорная студия «Мерема», Владимир Хоменко, губернаторский театр танца «Сибирский калейдоскоп», государственный крымско-татарский ансамбль «Хайтарма», государственные академические ансамбли танца «Алан» и «Вайнах», удмуртский государственный театр фольклорной песни и танца «Айкай», государственный Волжский русский народный хор им. П.М. Милославова, ВИА «Ариэль», государственный ансамбль казачьей песни «Криница», ансамбль «Владимирские рожечники», тувинский государственный ансамбль песни и танца «Саяны», ансамбль «Ритмы гор». Такое весомое количество знаковых, самобытных и ярких коллективов, представляющих культуры различных регионов нашей многонациональной страны, еще раз констатирует значимость этнокультурного проекта «Песни России» и служит важной площадкой для объединения и сплочения представителей народной культуры, для демонстрации культурного разнообразия традиций на

широкую аудиторию, а, следовательно, привлечения большего внимания и к национальному духовному наследию – популяризация фольклора, и к конкретным этномузыкальным коллективам. Данное мероприятие целенаправленно транслирует лучшие образцы народно-песенного искусства, служит просветительской миссии. Безусловно, организация такого проекта способствовала укреплению престижа и позитивного имиджа Н. Г. Бабкиной и этномузыкального коллектива «Русская песня», что отмечается и экс-директором ансамбля [См. Приложение 2, фрагмент интервью с экс-директором ансамбля «Русская песня»].

Таким образом, в период с 2002 по 2012 г. умножаются творческие амплуа ансамбля «Русская песня», пополняясь актерскими работами и ролями (привлечение телевизионной и кино аудитории к этномузыкальному коллективу), новыми музыкальными экспериментами в различных музыкальных стилях. В рамках деятельности этномузыкального коллектива начинают функционировать новые проекты, как например, ежегодный всероссийский фестиваль-марафон «Песни России», то есть масштабируется проектно-технологический компонент музыкального менеджмента, что так же сказывается и на организационных структурах (формируется штат компетентных сотрудников в организационно-административном отделе проекта). Отметим расширение и укрепление информационно-коммуникационного компонента – появляются информационные ресурсы (сайт и социальные сети), способствующие налаживанию коммуникации со зрительской аудиторией, новые проекты, популяризирующие и актуализирующие фольклорное наследие и оказывающие поддержку молодым исполнителям и коллективам в народной стилистике. Укрепляется личный бренд Н. Г. Бабкиной и репутация ансамбля «Русская песня». Начинают внедряться новые технологии продвижения музыкального проекта (телевизионная, баннерная, SEO реклама).

Современный период – с 2012 – по настоящее время характеризуется новыми экспериментами в области современных этнических музыкальных

стилей, укреплением организационно-административной структуры и внедрением новых технологий, способствующих продвижению всех проектов, реализуемых в рамках театра «Русская песня». Подготовка к трансформации структуры театра началась примерно с 2012 г., точно определить границу этого периода крайне сложно. В конце 2012 г. достраивается новое здание театра (на Олимпийском проспекте) с концертным залом, рассчитанным на тысячу зрителей. Торжественное открытие зала (Большой сцены театра) произошло в 2014 году. Как следствие – расширяется организационная структура коллектива. В 2019 г. Этномузыкальный коллектив получает статус московского государственного академического театра.

Под воздействием трансформирующегося музыкального рынка, новых музыкальных тенденций, а также в виду того, что Н. Г. Бабкина – неординарная, творческая личность, открытая к различного рода экспериментам (в том числе в музыкальном плане), фольклорные произведения стали звучать в современных аранжировках, записанных при помощи программного обеспечения с использованием модных семплов и электронных битов. Обработка и аранжировка фольклорного материала в коллективе происходит с учетом последних музыкальных тенденций и сближает фольклор с популярной музыкой, музыкальная ткань не стремится к усложнению форм, гармонических созвучий, темпоритма, и направлена на тип восприятия, не отягощенный сложными эстетическими конструкциями.

Показательным и ярким альбом с точки зрения соблюдения и внедрения новых тенденций является «Голоса вселенной» 2021 г., записанный к 45-летнему юбилею ансамбля. В нем фольклорная палитра усиливается включением в музыкальную ткань аранжировок мелодических и ритмических элементов различных национальных культур, что подчеркивает многонациональность нашей страны и становится олицетворением межкультурного диалога. В данном альбоме собраны традиционные фольклорные композиции в современных аранжировках – лирическая песня

Алтайского края «Вечерок», шуточная плясовая песня Ростовской области «Жинка», плясовая песня Курской области «Ковано колесо», плясовая песня Воронежской области «Молодка», народный романс Воронежской области «Тихий омут», казачья песня «Лужок» (традиционно бытующая под названием «Ой, при лужке») и т.д. Представлены авторские песни, бытующие по фольклорному типу – «Виновата ли я» А. Маравлева и Ф. Далладе, «Ивушки» Г. Пономаренко и В. Алферова, городской романс на слова Н. Асеева «Я не могу без тебя прожить». Начало альбома – музыкальное интро, обозначенное в альбоме как «Балет», звучит весьма современно. Мелодика имеет отсыл к восточным мотивам (гармоническая основа дважды гармонический минор, перемена ладового устоя, характерные ритмические рисунки) и соответствующим традиционным инструментам. В то же время тембральные краски семплированных звуков с вкраплением симфонических фрагментов создают уникальное современное звучание фольклорного материала. В целом альбом может быть отнесен к этно-фьюжн стилистике, что обосновывается сплавом элементов музыкальных культур различных национальностей, как например, лады и мелодика некрасовских казаков (дважды гармонический минор, 2 низкая ступень в миноре – в песнях «Вечерок», «Дубинка», «Жинка», «Лаяда» и т.д.), пентатоника, характерная для тюркской музыки (в основном используемая как элемент аранжировки), тувинские мотивы (в песне «Вечерок» во вступлении электронный бас имитирует варган), цыганский мелос («Море») и т.д. При этом все композиции альбома оркестрованы и аранжированы в различных стилистических решениях, присутствует и этно-рок, наиболее яркая композиция в этом стиле – «Сама виновата», близкая этно-хард-року (уплотненный электронный бас в виде зацикленного фригийского оборота, модальная гармония, насыщенное колоритное звучание электронных инструментов); «Тихий омут» представляет сплав стиля New age и этно-транса; поп-фолк звучит в произведении «Четыре двора»; сочетание

македонских мотивов, ритмики африканского жанра рагги и русского фольклора отмечается в песне «Милая» и т.д.

Композиции этого альбома составили содержание одноименного шоу, в котором ансамбль выступал в модных ультрасовременных костюмах в розово-черной цветовой гамме. В женском убранстве присутствуют майки, леггинсы, брюки, что вообще не свойственно традиционной стилистике. В то же время это сочетается с одеждой, стилизованной под народный костюм. Яркий визуальный ряд дополняется актуальной сценографией с использованием интерактивных экранов. Все вместе выглядело ярко, ультрасовременно, провокативно, было направлено на привлечение молодежной аудитории к фольклорной культуре и наглядно демонстрирует эффективное применение PR-технологий как информационно-коммуникационного компонента музыкального менеджмента для продвижения этномузыкального коллектива.

Н. Г. Бабкина в одном из интервью благосклонно отозвалась о современных методах воплощения фольклора, что, безусловно, характеризует творчество ансамбля и его обращение с национальным наследием. Так певица указывает, что «Все, что звучало в 17-18 веках, сегодня аудитории не интересно, потому что произошло очень жесткое отлучение» [Мы за народ, а народ за нас], при этом в условиях сценического пространства она видит необходимость в использовании профессиональных аранжировок, которые отличались бы смелостью, креативностью, но при этом сохраняли колористику произведений. Мы согласимся с Н.Г. Бабиной в том, что для популяризации народной культуры важно находить методы воплощения фольклорного наследия в доступной, понятной, современной форме, соответствующей тенденциям в музыкальном пространстве, чтобы равноценно конкурировать с другими участниками социокультурного процесса и завоевывать внимание слушательской аудитории. Однако заметим важность и значимость сохранения и реализации различных видов фольклора как-то приближенное к аутентичным версиям исполнение фольклора,

стилизованные варианты и неофольклорные эксперименты на основе традиционного фольклора. Так приближенные к первоисточнику образцы воплощения фольклора позволяют сохранить и передать будущим поколениям национальное наследие в более-менее первозданной форме для соблюдения чистоты разных традиционных региональных особенностей. В целом же чем шире спектр разнообразия видов и способов воплощения фольклора, тем большее количество сегментов (социальных, возрастных групп населения) потенциальной аудитории будет привлечено к народной традиции.

Следовательно, в художественном аспекте деятельности этномузыкального коллектива при соблюдении фольклорной музыкальной стилистики (манера исполнения, вокальные приемы и украшения, особенности многоголосья, особенности лада, традиционные музыкальные инструменты или их тембральные современные цифровые аналоги), воссоздании традиционных образов отмечаются постоянные поиски и эксперименты, основанные на новых реинтерпретациях фольклора (прежде всего, синтезировании фольклора с современными музыкальными стилями), что в значительной степени благоприятствует процессам актуализации традиционного фольклора и привлекает к нему внимание широкой аудитории. Как указано на официальном сайте ансамбля «Русская песня», в его задачи не входит сохранение полной этнографической достоверности. На первый план в данном коллективе выходят именно творческое преобразование и театрализация как основополагающие элементы сценического действия.

Музыкальные произведения из альбома «Голоса планеты» были использованы в одноименной концертной юбилейной шоу-программе 2021 года, в которой звучат шедевры песенного фольклора («Виновата ли я», «Четыре двора», «Ковано колесо», «Молодка», «Жинка» и т.д.) в современных аранжировках. В постановке использованы элементы культур различных национальностей, включая фольклор народов России и других

стран, что, с одной стороны – актуальная тенденция современности, а с другой стороны, еще раз демонстрирует открытость к творческим экспериментам Н. Г. Бабкиной и ее ансамбля. Вся шоу-программа выполнена в лучших традициях музыкальной индустрии: интерактивные экраны, транслирующие оригинальный видеоряд; боковые декорации, создающие эффект полного погружения в соответствующую атмосферу; подвижная сцена, позволяющая менять угол и ракурс восприятия происходящего на сцене, как бы воспроизводя тот непосредственный контакт с условным зрителем, который был в фольклорных произведениях; световое оформление; сценография; сценические образы, пестрящие концептуальным и стилистическим разнообразием – от традиционных костюмов регионов России до футуристических комбинезонов ярких, насыщенных цветов. Отметим организационную подготовку концертной шоу-программы: приглашенные медийные гости, с которыми были совместные композиции (солист группы «Любэ» – Николай Расторгуев; балет TODES под управлением Аллы Духовой; акробатическая команда Skillaz; «Королевский цирк» Гии Эрадзе; популярный музыкант, певец и битбоксер Вахтанг; народный артист России Филипп Киркоров и другие). Спланированная и обширная PR-кампания шоу выполнена заблаговременно с использованием различных ресурсов, таких как упоминание в теле- и радиоэфирах с участием Н. Г. Бабкиной; интернет-реклама: в социальных сетях ансамбля и самой Н. Г. Бабкиной, на страницах соратников, коллег и друзей ансамбля; баннерная, контекстная и видео реклама; размещение видео и фото, пресс- и пострелизы; освещение на телеканалах и в прессе, например, ролики-репортажи на телеканале 360, новостные сообщения на каналах Россия, Муз-ТВ и пр. Данная шоу-программа является примером того, что фольклор может и должен актуально преподноситься в рамках современного сценического пространства, популяризация музыкальных традиций не должна приравниваться к консервативным методам работы с фольклорным материалом и может воплощаться в достаточно смелых творческих

экспериментах. Подчеркнем, что эти эксперименты могут быть осуществлены только подлинно компетентными музыкантами, знающими, понимающими и чтущими отечественное музыкальное культурное наследие. Шоу-программа «Голоса планеты» была с воодушевлением воспринята широкой аудиторией, в связи с чем организаторы продлили ее показ. Даже в новом творческом сезоне 2023-2024 г. она уже анонсирована в репертуаре театра.

В характеризуемый период отмечается насыщенная творческая деятельность с плотным концертным графиком, в который входят гастрольные туры, участие в развлекательных программах и мероприятиях различного уровня, например, концертная программа к XXII Зимним Олимпийским играм в Сочи в 2014 г., телевизионные проекты. Ансамблем «Русская песня» продолжают выпускаться новые композиции на основе фольклорных произведений, так в эфире «Казак FM» прозвучали новые версии песен «Ниточка» с эстрадными вокальными вставками; «Лаяда», сочетающая мелосы различных культур (балканскую, азиатскую, русскую); «Тихий омут» с вкраплениями академических вокализов, «Сама виновата» – сольная песня Н. Г. Бабкиной с бэк-вокалом ансамбля, звучащая в обработке в стиле рок музыки и др. Артисты ансамбля и сама Н. Г. Бабкина заняты в фолк-мюзикле «Ночь перед Рождеством» реж. Н. Чусовой, музыкальных картинах по мотивам произведений М. Шолохова «Бабий бунт в нашем колхозе» реж. Н. Чусовой, музыкально-драматическом спектакле «Россия, слово о тебе» реж. Л. Гречишниковой, музыкальной комедии «За двумя зайцами» реж. Н. Чусовой, трагикомедии по мотивам произведений В. Шукшина «Калина красная» реж. Д. Петрунь, жестоком романсе по мотивам повести А.И. Куприна «Яма» реж. А. Бабановой, а также в многочисленных театрализованных представлениях и концертных программах для детей, реализуемых в пространстве театра «Русская песня».

Важным событием в творческой жизни ансамбля «Русская песня» было участие в VI Всемирной Фольклориаде CIOFF в 2021 году, прошедшей в

России в Республике Башкортостан. Фольклориада объединила тридцать восемь стран мира и длилась восемь дней, пять из которых были конкурсными, в остальные дни проводились праздничные мероприятия, Международная конференция по культуре, Международная выставка промыслов и ремесел, фотовыставка музыкальных инструментов народов мира, флешмоб в социальных сетях (фотографии в традиционных национальных костюмах), в котором участвовали и известные артисты РФ, шествия и концерты, в которых участвовал и ансамбль «Русская песня». В этом масштабном мероприятии приняло участие почти полторы тысячи артистов. Русский песенный фольклор представлен был этномузыкальным коллективом «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной и Государственным академическим ордена Дружбы народов, ордена св. Димитрия Донского I степени Кубанским казачьим хором. Единство русского народа было подчеркнуто масштабным хороводом, участниками которого были представители разных национальностей РФ.

Успешность ансамбля, а также личная активность Н. Г. Бабкиной способствовали расширению творческого поля, что выразилось в создании дополнительных структурных подразделений. Современный статус театр приобрел в 2018 году как ГБУК г. Москвы «Московский государственный академический театр «Русская песня»» под руководством Надежды Бабкиной. Организационно-административные обязанности в театре четко распределены. Так должность заместителя художественного руководителя театра занимает Л. Ф. Суханова, исполнительного директора – А. В. Раготис, заместителя директора – О. А. Колесник, заместителя директора по организационным вопросам – И. А. Король, заместителя директора по информационному развитию – С. М. Рябов. Делегируются и другие творческие полномочия, например, в работе театра участвуют хормейстеры и балетмейстеры, которые помогают организовать репетиционный процесс. С недавнего времени видоизменения плотно коснулись организационных отделов, обслуживающих коллектив: появился рекламный отдел; PR-отдел на

сегодняшний день трансформирован в информационный отдел маркетинга и PR, возникшие в связи с расширением состава коллектива, появлением театра, а также под воздействием изменений музыкальной среды (появление новых информационных музыкальных площадок, в том числе социальных сетей, интернет-сообществ и т. д.). Внедрение и оптимизация данных проектных и управленческих технологий способствовали развитию информационно-коммуникационного компонента музыкального менеджмента этномузыкального коллектива, а именно: улучшению коммуникации с его слушательской аудиторией, налаживанию непрерывности предоставления и улучшению качества подачи информационного контента как в интернет-пространстве, так и в СМИ, расширению спектра внедряемых рекламных и PR-инструментов и мн. др. Современная организационная структура ансамбля содержит все актуальные, отвечающие технологическим и инновационным требованиям отделы. Новые подразделения возникают главным образом в связи с расширением деятельности коллектива, реализацией множества новых проектов. При этом Н. Г. Бабкина выступает координатором и контролирующим лицом в каждом проекте, регулируя все основные вопросы по музыкальному менеджменту и художественному руководству. Некоторые вышеуказанные специалисты совмещают полномочия с работой в сольном проекте артистки, например, С. Горох является концертным директором Н. Г. Бабкиной, С. Рябов выполняет информационное сопровождение всех ее проектов. Она, по сути, является художественным руководителем, продюсером и идейным вдохновителем, грамотно и своевременно трансформируя коллектив под влиянием современных тенденций и веяний музыкальной моды, что неоднократно подчеркивается концертным директором С. Горохом [См. Приложение 2, фрагмент интервью с С. Горохом]. Она подбирает репертуар для ансамбля, музыкально режиссирует каждое конкретное произведение, участвует в процессе создания музыкальной аранжировки. Сегодня в состав коллектива входят А. Анкудинова, П. Арламов Н. Г. Бабкина, В. Безух,

Н. Волгина, А. Ефремова, Е. Ионина, А. Ишутина, П. Ключников, Н. Морозова, С. Рассказова, С. Сысуев, Я. Шведков. На базе театра «Русская песня», помимо ансамбля, функционируют такие коллективы и исполнители как фольклорная группа «Славяне», фолк-группа «После 11», фольклорный ансамбль «Россияне», балет «Живая планета», ансамбль танца «Русские сезоны» руководителя Н. Андросова, Детско-юношеская фольклорная студия «Наследие», народная артистка России Анна Литвиненко, певец и композитор Евгений Гор, певец и композитор Александр Коган, мультиинструменталист Александр Варнаев и дуэт аккордеонистов «Братья Бондаренко». Расширению подверглись и отдельные проекты, реализуемые на базе театра, то есть произошли преобразования в проектно-технологическом и в организационном компонентах музыкального менеджмента коллектива. Фольклорная детско-юношеская студия «Наследие», образованная в 2002 году при ансамбле «Русская песня», художественное руководство которой осуществляется Н.Г. Бабкиной, музыкальное руководство – Н. Кривопуст, хормейстерская работа – Н. Воеводиной, хореографическая постановка – А. Терновой и С. Тереховым, на современном этапе включает 11 подразделений числом участников свыше 330 человек, базирующихся как в школах, кадетских корпусах, так и в домах культуры и ЦСО. С 2023 г. студия расширяет свою географическую локацию, подразделения открыты в разных округах г. Москвы. Безусловно, такой спектр обязанностей, выполняемых народной артисткой России, позволяет все проекты выстроить в едином концептуальном решении, донести до широкой общественности и конкретных ее сегментов постулаты и ценности, принципы исполнения, воплощения и актуализации фольклора в современном сценическом пространстве, выработанные самой Н. Г. Бабкиной в процессе ее многолетней артистической и педагогической практики. Все студии работают на основе авторских методик театра «Русская песня», их участники дают открытые концерты на разных городских и окружных площадках г. Москвы, участвуют в многочисленных фестивалях и

конкурсах, а также выступают в качестве артистов в проектах театра на главной его сцене. Главной задачей студии является привлечение подрастающего поколения (от 3 до 16 лет) к изучению, сохранению и популяризации нематериального культурного и духовного наследия народов России. Для руководителей студий «Наследия» часто проводятся мастер-классы с целью повышения уровня и квалификации педагогического состава.

Большинство проектов, реализуемых Н. Г. Бабкиной, освещается в СМИ и прессе. Например, шоу-программа «Голоса планеты» освещено информационным порталом «Вечерняя Москва» [Пиотровская, «Разгадать русскую душу невозможно»], информационным агентством Intermedia [Intermedia Надежда Бабкина завершит юбилейные гастроли к Новому году] и др. Фестиваль-марафон «Песни России» освещается информационным агентством ТАСС [напр., На фестивале-марафоне «Песни России» Тасс], Министерством культуры РФ [Всероссийский фестиваль-марафон «Песни»] и т.д. Проекты, реализующиеся в рамках театра «Русская песня», анонсируются на телевидении и радио, а также для их рекламы используются интернет-технологии. Ключевым направлением при организации данных мероприятий является – содействие развитию культуры и искусства, при этом сопутствующее продвижение ансамбля за счет их рекламы – наиболее приемлемая и благоприятная модель продвижения, тем более для фольклорного коллектива. Продвижение и, в частности, PR-кампания фольклорной музыки не может происходить по тем же законам, что и в популярной музыке, при продвижении которой часто используются методы «черного пиара» – скандальность, ложные событийные поводы и пр. Поэтому информационно-коммуникационный компонент музыкального менеджмента коллектива базируется на его участии в знаковых городских, всероссийских и международных фестивалях, конкурсах и др. мероприятиях, медийных программах, включая телевизионные и информационные платформы, что составляет основу PR-стратегии этномузыкального коллектива и способствует его продвижению.

Отметим, что для региональных радиостанций и телевидения сюжеты и эфиры с народной артисткой России Н.Г. Бабкиной и знаменитым ансамблем «Русская песня» – очень знаковое событие, способствовавшее привлечению новой аудитории. Например, событийный повод – участие ансамбля «Русская песня» и Н. Г. Бабкиной в передаче «Гости приехали» на радио Казак FM (кубанское радио) 29 июня 2023 г., реализованное в рамках фестиваля-марафона «Песни России» 2023, – был освещен многочисленными публикациями в региональной прессе, напр., новостные сводки в газете Единство [В прямом эфире на Казак FM, сайт], информационными платформами «Приазовские степи» [Приазовские степи, сайт], «Анапское Черноморье» [Анапское черноморье, сайт], Бизнес FM [BFN.ru Кубань, сайт] и т.д. Для самой артистки и ее коллег данные акции выстраивают более тесный контакт и коммуникацию со своей аудиторией, что благотворно влияет на имидж артистов. Данная тенденция всегда применялась в практике музыкального продвижения, но с увеличением роли цифровых технологий она стала еще более необходима и желанна в кругах поклонников и слушателей музыкальных проектов. Так же отметим и то, что помимо смотров и концертов было проведено около 140 мастер-классов от артистов театра, знаковых исполнителей и коллективов в народной стилистике и конечно, самой Н. Г. Бабкиной.

В целом в данный период функционирования коллектива произошло как непосредственно его структурно-организационное расширение, так увеличилась и зона воздействия оптимизации ближайшего развития, что наглядно видно по растущему числу участников проектов детско-юношеской фольклорной студии «Наследие», всероссийского фестиваля-марафона «Песни России». С точки зрения проблемно-целевой ориентации проекта отметим, что все концертные программы, реализуемые в рамках театра «Русская песня», направленные на актуализацию фольклорного наследия, с большим успехом воспринимаются широкой общественностью и охватывают различные сегменты слушательской аудитории. Всё это говорит в пользу

верно избранного творческого пути Н. Г. Бабкиной и ансамбля «Русская песня» под ее руководством в виде обработки и аранжировки традиционных фольклорных песен в соответствии с современными модными тенденциями, а также создание театрализованного концертного шоу, наиболее красочно претворяющего фольклор и привлекающего внимание общественности.

На данном этапе продолжает развиваться личный бренд Н.Г. Бабкиной, что позитивно сказывается на продвижении этномузыкального коллектива, и в целом на информационно-коммуникационном компоненте его музыкального менеджмента. Ввиду своего профессионального статуса, должности и творческих заслуг она является частым членом комиссии государственных экзаменов, например, председателем государственной экзаменационной комиссии в АНО ВО «Институт современного искусства» в 2023 и 2024 гг. Как педагог и руководитель коллектива она часто проводит мастер-классы по ансамблевому пению в профессиональных учебных заведениях. Например, в 2014 г. – в Кировской области для студентов и преподавателей музыкальных колледжей, в 2021 г. – в Ставрополье для руководителей ансамблей, в 2022 г. – в Чувашской республике в театре юного зрителя им. М. Сеспеля, в 2023 г. мастер-класс ансамбля «Русская песня» прошел в стенах АНО ВО «Институт современного искусства», где артисткой и участниками ансамбля были показаны распевки и упражнения на технику дыхания, звукоизвлечения, голосоведения, ансамблевого многоголосья, а так же прозвучали композиции в исполнении отдельных групп ансамбля и совместные произведения.

Как активный общественный деятель Н. Г. Бабкина являлась депутатом Московской городской думы 2014–2019 гг. В 2021 г. певица была выбрана лицом рекламной компании Россельхозбанка. С апреля 2022 года (с телевизионного старта проекта) Н. Г. Бабкина председательствует в жюри телепроекта «Страна талантов» на НТВ. Сотрудничество с данным телеканалом в течение последних лет вылилось в целую серию участия певицы в различного рода статусных и прайм-таймовых проектах этого

телеканала. Так в 2022 году артистка вошла в состав жюри 9 выпуска шоу «Аватар» на НТВ, в этом же году выступила участником в Новогоднем шоу «Новогодняя маска +Аватар», а с 2023 г. она стала соведущей шоу «Модный VS Народный» на этом же канале. Популярность народной артистки подтверждается и тем, что был снят документальный фильм, который демонстрировался на Первом канале в 2020 г. «Надежда Бабкина. Если в омут, то с головой». Несмотря на то, что рекламные технологии интернет-пространства на сегодняшний день являются прерогативной и перспективной моделью продвижения артистов и коллективов, телевидение не только не отошло на второй план, но и является стабильной информационной площадкой, транслирующей наиболее ярких, успешных и востребованных личностей из сферы искусств. Ротация и участие в телевизионных и радиопередачах до сих пор ставится творческой целью артистов. Однако отметим, что в рамках телевизионного и радио-формата федеральных каналов и радиостанций, специфических негласных требований, ротация исполнителей, не относящихся к мейнстриму, происходит достаточно редко. Безусловно, эти условия продиктованы просмотрами зрителей, на которых ориентированы все подобные площадки, ведь есть определенные планы по охвату зрительской аудитории. Мы лишь можем констатировать, что трансляция музыкального материала: концертов, видеоклипов, фестивалей и иного рода выступлений фольклорной или этнической направленности – достаточно редкое явление на данных информационных площадках.

Как у любой современной творческой системы, у театра «Русская песня» есть налаженная информационно-коммуникативная структура в виде официальных сайтов театра и персонального сайта Н. Г. Бабиной (<https://babkina.ru/>), содержащих полную информацию о реализуемых проектах и мероприятиях, а так же развитых, взаимосвязанных и монетизированных социальных сетей, на которых отображаются все актуальные события и сведения о творческой жизни коллектива: графики выступлений и спектаклей, участие в фестивалях, телевизионных и

радиопередачах, видео- и аудиохостинги, интернет-бронирование и заказ билетов на спектакли и выступления и др. На сайте же вывешен полный пакет документации об организации (учредительные акты, государственная регистрация, финансово-хозяйственные планы, лицензии, документы об оценке качества предоставляемых услуг и прочее). Социальное сообщество ВКонтакте театра «Русская песня» (<https://vk.com/folkteatr>) насчитывает более десяти тысяч подписчиков, мы оцениваем это как высокие результаты среди этномузыкальных проектов (почти в 3 раза больше, чем подписчиков сообщества Ансамбля Дмитрия Покровского в той же социальной сети). Контент сообщества регулярно пополняется новой информацией. Он состоит из анонсов спектаклей нового сезона, важных мероприятий, в которых примет участие коллектив, а также освещаются репетиционные моменты в видеороликах, размещаются ссылки на телевизионные и радиоэфир, а также яркие моменты творческой жизни Н. Г. Бабкиной и участников ансамбля. Это способствует большому привлечению внимания и вовлечению аудитории в художественные процессы коллектива, как следствие – регулярное посещение данных информационных ресурсов, а полная и своевременная информированность о предстоящих мероприятиях – важный атрибут рекламной политики продвижения любого проекта.

Так же плодотворно идет работа над трансляциями музыкального материала ансамбля на музыкальных стриминговых площадках (muzofond.fm, vk.com, [Zvuk](http://Zvuk.com), [Yandex music](http://Yandex.music), [Muzbeat](http://Muzbeat.com), [Rutube](http://Rutube.com) и т.д.), что позволяет расширить как зрительскую аудиторию, так и дистрибуцию треков. Интернет-технологии, PR и реклама, как видно из приведенных примеров и подтверждается многочисленными видео-, аудиоматериалами, а также статьями и частыми упоминаниями в новостных лентах интернет-пространства (например, популярными блогами [Vokrug TV](http://VokrugTV.com), информационной платформой [MTS Live](http://MTSLive.com) и т.д.) продолжают успешно осваиваться театром «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной. Продвижение коллектива, как отмечается в интервью его концертным

директором С. Горохом, одновременно являющимся концертным директором и самой Н. Г. Бабкиной как сольной исполнительницы, осуществляется за счет использования всех доступных технологий и инструментов информационного маркетинга и рекламы. В качестве яркого показательного примера стоит отметить короткие видео (shorts) на видеохостингах с участием Н. Г. Бабкиной, которые собирают до четырех миллионов просмотров. При этом сама Н. Бабкина подчеркивает свое негативное отношение к блогерам [Вокруг ТВ, 2020], несмотря на то, что «Широкое распространение в медиапространстве получил блог, в том числе и музыкальный, как коммерческая и дискуссионная площадка, позволяющая в определенной мере индивидуализировать онлайн-общение» [Бочкарева, 2021]. Возможно, это связано с тем, что блоги как инструмент продвижения появились, когда Н. Бабкина и ансамбль под ее руководством уже находились на пике популярности.

Таким образом, в стратегии продвижения коллектива применяются в совокупности методы и приемы, которые доступны для использования маркетинговой и PR-службой, занимающихся продвижением коллектива, более того, директор коллектива отмечает, что на данный момент нет отдельных приоритетных направлений продвижения, которые бы выделялись своей плодотворной отдачей.

Следовательно, опираясь на исследования В. Н. Степанова, можно выделить несколько основных видов продвижения коллектива в интернет-пространстве «1) формирование устойчивости высоких значений коэффициентов эффективности (поддержание); 2) реализации технологических и иных возможностей повышения значений коэффициентов эффективности (реализации); 3) нейтрализация угроз, ведущих к снижению коэффициентов эффективности публикаций в социальных сетях (нейтрализации)» [Степанов, 2022, с. 143].

На сегодняшний день нельзя однозначно спрогнозировать, какой из современных инструментов продвижения окажется наиболее успешным и

плодотворным для продвижения музыкальной карьеры, что принесет лучшие плоды, поэтому желательной стратегией продвижения является использование всего имеющегося современного арсенала инструментов и технологий продвижения, регулярное коммуницирование со своей аудиторией и пополнение информационного контента социальных сетей. При этом взаимосвязь всех рекламных и PR-отделов так же важна в успешном продвижении проекта. Официальный сайт должен содержать ссылки на все социальные сообщества, информационные площадки партнеров, пресс-релизы и главные сообщения в СМИ о проекте. Данная взаимосвязь позволяет сбалансировать успехи одного информационного инструмента с остальными ресурсами, особенно актуально это при рекламных контрактах.

Таким образом, анализируя организацию (проектно-технологический и организационный компонент), функционирование и продвижение (маркетинговый и информационно-коммуникационный компоненты) данного этномузыкального коллектива, мы наблюдаем единство художественного руководства, управленческих технологий и технологий продвижения, которое приводит к успешному функционированию и развитию коллектива. Эта длительная успешность, нахождение на гребне волны популярности, не уходящей с годами, основаны на

- постоянной работе и повышении профессиональных качеств и умений как руководителя, так и участников этномузыкального коллектива;
- творческих экспериментах и постоянном обновлении музыкального материала, основанного на традиционном фольклоре;
- применении современных социокультурных проектных технологий при создании и реализации этномузыкального проекта;
- грамотное руководство проектной деятельностью с четкой организационной структурой и координированием всех отделов этномузыкального проекта между собой;
- чувствовании и следовании тенденциям музыкального мира и мира шоу-бизнеса;

- отслеживании и применении современных инновационных технологий для продвижения и рекламы этномузыкального проекта, особую роль в которых отводится технологиям брендинга и PR-компаний;
- поддержании национальной идентичности образами (костюмами), поведением, характерными вокальными и хореографическими особенностями, в большей части приближенными к казачьей культуре;
- налаженной и расширяющейся со временем коммуникационной связи со зрительской аудиторией;
- собранной и трансформирующейся под воздействием внешней социокультурной среды, технологической обстановки и расширения сфер творческой деятельности профессиональной организационной команды;
- применением всех средств технического прогресса при продвижении ансамбля.

Длительный успех коллектива «Русская песня» во многом произошел благодаря Н. Г. Бабкиной, в руках которой сосредоточены бразды правления всеми отделами в организации, обеспечивающей функционирование данного коллектива, что позволяет говорить о позитивном и плодотворном единстве менеджмента и продюсирования. Репертуарная политика, видоизменяющаяся под воздействием социокультурных процессов, трансформации музыкального рынка и как следствия культурных запросов потребителей, представлена практически всеми видами актуализации музыкального фольклорного наследия от традиционного фольклора до создания композиций в стиле современной этнической музыки. Художественный, организационный, маркетинговый, информационно-коммуникационный и другие компоненты деятельности коллектива направлены на успешное функционирование каждой концертной программы и всего коллектива в целом. Музыкальный менеджмент этого проекта выступает как деятельность по художественно-творческому и организационному управлению, продвижению коллектива, включая информационный маркетинг и рекламу, осуществляемая в рамках музыкальной индустрии и шоу-бизнеса,

направленная на сохранение, воспроизводство и продвижение конкретного музыкального продукта (концертной программы, спектакля).

Выводы по третьей главе

Ансамбль Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящий момент – Московского государственного академического театра) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной, являясь уникальными в своем роде, продолжительными и знаковыми этномузыкальными коллективами, сложившимися в благоприятных социокультурных условиях, сопутствующих развитию исполнителей в народной стилистике, транслируют различные виды и способы обращения с фольклорным материалом, отличаются основной слушательской аудиторией, так как имеют различные концептуальные особенности. При этом отметим, что есть в их деятельности и схожие элементы. Так научно-исследовательский подход, заложенный Д. В. Покровским в основу деятельности своего ансамбля, присутствовал и в ансамбле «Русская песня» (на этапе формирования и раннего становления проводились исследовательские экспедиции, в репертуарной политике преобладали фольклорные композиции, приближенные к первоисточнику; и на данном этапе сохранение музыкального культурного наследия остается одной из задач деятельности ансамбля). Передача новому поколению знаний, умений, специфических техник исполнения – общая линия у двух коллективов, реализуемая как в виде создания художественных студий при ансамблях, так и в формате участия в качестве членов жюри в фестивалях и конкурсах (содействие развитию молодых талантов в жанре народной музыки) и проведении мастер-классов и других мероприятий просветительского и образовательного характера. Наличие творческих экспериментов также характерно для обоих коллективов, при этом каждый из них избрал для себя определенный концептуальный замысел в интерпретации и реинтерпретации фольклора, во встраивании его в современную музыкальную культуру, в его актуализации. Помимо разницы в

художественной составляющей, отличительными чертами деятельности данных коллективов являются современные методы продвижения и организационные особенности. Сам имидж коллективов диктует применяемые PR-технологии. Так Ансамбль Дмитрия Покровского следует отнести к элитарным проектам, рассчитанным на определенную группу слушателей (профессиональных музыкантов, фольклористов, исполнителей музыкального фольклора и студентов «народного направления», а также части сегмента меломанов). Ансамбль «Русская песня» органично вписался в массовую музыкальную культуру, поскольку в большей степени видоизменяет и адаптирует фольклорный материал под современные тенденции и потенциального массового слушателя. Каждая из обозначенных стратегий используется как элемент актуализации фольклорного наследия. При этом пути реализации продвижения данных коллективов отличаются как способом формирования и публикации контента, так и коммуникацией со слушательской аудиторией. Безусловно, огромный вклад в развитие и рекламу коллективов внесли их лидеры: Д. В. Покровский и Н. Г. Бабкина. По естественным причинам технология личного бренда сейчас применяется в большей степени ансамблем «Русская песня». Ансамбль Дмитрия Покровского широко известен за границей, благодаря чему до сих пор осуществляются проекты его участия с именитыми зарубежными музыкантами и дирижерами.

Анализ деятельности этномузыкальных коллективов для наглядности представлен в *Приложении № 3 таблице 1*.

Таким образом, на примере анализа деятельности этномузыкальных коллективов, применяемых ими социокультурных проектных и менеджерских технологий по сохранению и актуализации фольклора, следует заключить, что их успешному функционированию способствуют:

- художественные эксперименты, основанные на применении различных видов интерпретации (авторской трактовки в современном сценическом пространстве) и реинтерпретации (переосмыслении) фольклора,

включающей обращение к стилям и направлениям современной этнической музыки;

- творческие эксперименты, расширяющие сферу деятельности, как-то обращение к различным смежным видам искусств: театру, киноиндустрии, дизайну и т.д.;
- применение социокультурных технологий проектной деятельности;
- использование социокультурных технологий менеджмента, сочетающего управленческие технологии и технологии продвижения коллектива, активную и компетентную деятельность лидера с вариативным использованием совокупности инструментов формирования и продвижения проектного продукта. При этом необходимо учитывать, что музыкальный менеджмент подвержен влиянию глобализационных процессов в обществе, современных тенденций и видоизменений в культуре в целом и в мире музыки, а также соотносится с программными установками государственной культурной политики. Управление и продвижение этномузыкального коллектива требует обязательной корректировки его форм, механизмов в зависимости от складывающейся социокультурной ситуации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Осмысление фольклора началось еще во времена Древней Греции, когда философы обращались к изучению педагогического потенциала народной культуры и искусства, и прошло достаточно длительный путь развития. Несмотря на это, единых подходов к анализу фольклора, его современных форм бытования, способов интерпретации и реинтерпретации не выработано. В современности различные науки обращаются к процессам сохранения традиций, носителем которых выступает фольклор, что обуславливает сложность терминологического характера исследования. Исследуя деятельность этномузыкальных коллективов, необходимо было использовать наработки культурологии, искусствоведения, фольклористики, филологии, социологии и других наук фольклора. Стоит отметить, что деятельность этномузыкальных коллективов как профессиональных, так и самодеятельных, недостаточно изучена в научной мысли и с точки зрения ее значимости для современной культуры, и с точки зрения трансформации ее художественного содержания, и с точки зрения практик сохранения и актуализации фольклора, в том числе музыкального.

Начиная со второй половины XX века появилось множество коллективов и исполнителей в фольклорной стилистике нового формата, репрезентующих в своем творчестве фольклор. Творческие эксперименты, основанные на преобразовании и адаптации фольклора к современному сценическому пространству и к новым социокультурным условиям, способствовали формированию и развитию *различных стилей этнической музыки, характеризующейся опорой на фольклорные источники в художественных образах, тематике, музыкальных и поэтических выразительных средствах, которые реинтерпретируются в рамках современных течений и стилей массовой музыкальной культуры.* Особую популярность получили фолк-музыка, этно-фьюжн, этно-джаз, электронная этническая музыка (этно-электроника во всем ее стилистическом

разнообразии), New age. Они имеют свою музыкальную специфику, порождаемую своеобразием синтеза фольклора с элементами современных музыкальных стилистик, т.е. его интерпретацией и реинтерпретацией. Такие преобразования фольклорного материала актуализируют его под культурные запросы и вкусы аудитории и привлекают новых зрителей, которые через современные этнические музыкальные направления часто увлекаются им и приобщаются к традиции. Принципиально характерными чертами этнической музыки является использование образов, средств художественной выразительности, воспринимающихся слушателями маркерами фольклора; использование национальных инструментов, исполнение в народной манере пения (как академической народной, так и этнографической), народного многоголосья, ладогармонических особенностей, ритмических приемов, присущих фольклорной музыке.

Одновременно с этим стоит указать на то, что интерпретация и реинтерпретация фольклора под влиянием требований массовой культуры, прежде всего, привлечения внимания аудитории к деятельности этномузыкальных коллективов, зачастую приводит к утрате существенных характеристик фольклора. Это может породить негативную оценку их практик по сохранению аутентичных произведений. В то же время грамотное соблюдение баланса между традициями и инновациями со стороны руководителя и участников этномузыкального коллектива способствует актуализации фольклора.

Разнообразие форм и видов интерпретации и реинтерпретации фольклора, представленное в виде современных стилей этнической музыки, способствует усилению конкуренции в сценической среде, а внешние социокультурные факторы в виде развития технологического процесса, и, как следствие, формирование новых эффективных средств для трансляции и популяризации произведений искусства и культуры, благоприятствуют пополнению инструментально-технического аппарата технологий сохранения и актуализации фольклора.

Среди социокультурных технологий актуализации фольклора в деятельности этномузыкальных коллективов были выделены проектная деятельность и музыкальный менеджмент. В рамках нашего исследования, опираясь на существующие трактовки термина «проект», мы определяем этномузыкальный проект как совокупность целенаправленных действий по преобразованию фольклора для создания и продвижения новых концертных программ с целью его (фольклора) актуализации. Деятельность этномузыкальных коллективов, включая реализацию творческих проектов в виде концертных шоу-программ, музыкальных альбомов, спектаклей, фестивалей и пр., оказывает непосредственное влияние на музыкальную среду (новые тенденции музыкального фольклоризма), музыкальную культуру, пополняя ее корпус практиками интерпретации и реинтерпретации фольклора, и широкую общественность, встраивая фольклор как живой активный элемент в современный контекст.

Среди наиболее эффективных проектных технологий, используемых в практиках этномузыкальных коллективов, мы выделим социокультурный маркетинг как аналитическую технологию внутренней и внешней среды этномузыкального проекта; PR-технологии; непосредственно проектные и прогностические технологии, включая создание стратегий и реализацию всех компонентов музыкального менеджмента, и проработку алгоритмов их реализации; технологии продвижения и музыкальный менеджмент. Музыкальный менеджмент мы трактуем как социокультурную технологию, представляющую собой совокупность видов, методов, приемов и форм деятельности по управлению и продвижению художественных форм и артефактов, осуществляемую в музыкальной среде, направленную на сохранение, воспроизводство и популяризацию музыкального продукта.

Применение социокультурных проектных и менеджерских технологий в деятельности этномузыкальных коллективов направлено на привлечение слушательской аудитории, благотворно влияет на преобразование социокультурного пространства, претворяет в действие государственную

культурную политику и реализацию ее основных целей и задач по сохранению традиционных ценностей.

Разностороннее, междисциплинарное рассмотрение деятельности этномузыкальных коллективов стало основой для создания унифицированной модели музыкального менеджмента и проектной работы со специфическим набором методов и технологий по сохранению и актуализации фольклора. Эта модель включает взаимосвязанные между собой проектно-технологический, художественный, организационный, маркетинговый, информационно-коммуникационный, финансовый, правовой компоненты. Системный уровень модели обеспечивает взаимосвязь и соответствие различных видов деятельности коллектива, что и гарантируется единым руководством. Функциональный уровень модели определяет конкретные функции каждого компонента и обеспечивает единство содержания деятельности. Операционный уровень модели стандартизирует порядок исполнения отдельных задач и позволяет оценить достигнутые результаты по каждому компоненту. Конечно, такая модель не исчерпывает всего многообразия практик и не претендует на роль единственной и обязательной для исполнения. Однако она вполне может служить ориентиром в деятельности коллективов, в той или иной степени обращающихся к фольклорным материалам.

В ходе исследования форм и способов сохранения и актуализации фольклора в деятельности этномузыкальных коллективов мы выявили специфику социокультурных технологий, применяемых для этого. Эта специфика, во-первых, связана с содержательными аспектами деятельности, прежде всего, опорой на характерные выразительные средства фольклора. Именно особое содержание деятельности (интерпретация и реинтерпретация фольклора) в коллективах отличает используемые социокультурные технологии. Во-вторых, она обусловлена рамками его (фольклора) сценического воплощения и, как следствие, модификацию под условия сцены. В третьих, привлечение внимания молодежи к культурному наследию

накладывает отпечаток на художественный компонент в виде привнесения в музыкальную ткань современных звучаний (различные синтезы фольклора с современными музыкальными стилями и направлениями).

Практики актуализации фольклора в деятельности этномузыкальных коллективов: Ансамбля Дмитрия Покровского и ансамбля (в настоящий момент – Московского государственного академического театра) «Русская песня» под руководством Н. Г. Бабкиной демонстрируют устойчивую приверженность к использованию образов, средств художественной выразительности, присущих фольклору и позволяющих идентифицировать музыкальный материал, как традиционный при формировании концертных программ и выступлений, даже при использовании авторского творчества. В их проектной деятельности сочетаются технологический инструментарий социокультурного проектирования, основанный на оптимизации зоны ближайшего воздействия, четких границах модификационных процессов и проблемно-целевой ориентации; эффективные методы управления и современные технологии продвижения музыкального продукта (см. Приложение 3). При этом музыкальный менеджмент исследуемых коллективов являет собой единство художественного, организационного, информационно-коммуникационного, маркетингового компонентов музыкального менеджмента коллектива. Это единство выступает оптимальным условием успешной деятельности этномузыкальных коллективов в социокультурных практиках сохранения и актуализации фольклора.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамова, И.В., Вечтомов, Е.М., Шилова, З.В. Инновационные аспекты организации проектно-исследовательской деятельности педагогов в вузе // Перспективы науки и образования. – Воронеж, ООО «Экологическая помощь», 2020. – № 3 (45). – С. 488-507.
2. Агапкина, Т.А. Этнографические связи календарных песен. Встреча весны в обрядах и фольклоре восточных славян. – Москва: Индрик, 2000. – 336 с.
3. Адорно, М. Т., Хоркхаймер, М. Культурная индустрия: просвещение как способ обмана масс / пер. Т. Збровская. – Москва: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2016. URL: <https://libking.ru/books/sci-/sci-culture/1092158-teodor-adorno-kulturnaya-industriya-prosvechenie-kak-sposob-obmana-mass.html#book> (дата обращения: 20.04.2022).
4. Азадовский, М.К. История русской фольклористики / под общ. ред. Э.М. Померанцевой – Москва: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1958. – 479 с.
5. Азбелев, С.Н. Историзм былин и специфика фольклора. – Ленинград: Наука, 1982. – 327 с.
6. Алексеев, М.П. Из истории английской литературы. – Москва-Ленинград: Государственное издательство художественной литературы, 1960. – 497 с.
7. Алексеев, Э.А. Нотная запись народной музыки: Теория и практика. – Москва: Сов. Композитор; ВНИИ искусствознания, 1990. – 165,[2] с.
8. Алексеев, Э.Е. Фольклор в контексте современной культуры. – Москва: Советский композитор, 1988. – 237 с.
9. Али, М., Бруксон, С., Брюс, Э. Мастерство менеджмента. – Москва: Росмэн-Пресс, 2004. – 864 с.

10. Амроян, И.Ф. Повтор в структуре фольклорного текста (на материале: русских, болгарских и чешских сказочных и заговорных текстов): дис. на соиск. уч. ст. доктора филологических наук: 10.01.09 / И.Ф. Амроян; [Место защиты: Рос. гос. гуман. ун-т.]. – Москва, 2006. – 402 с.

11. Антонюк, Г.А. Социальное проектирование (теоретико-методологический аспект): автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора философских наук: 9.00.01 / Г.А. Антонюк; [Место защиты: Ин-т философии и права АН БССР]. – Минск, 1989. – 42 с.

12. Апраксин, В.А. Фольклор хопёрских казаков: материалы краеведа В. А. Апраксина / ред.сост. И.Е. Посоха, Н.Е. Котельникова, В.Л. Кляус. – Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2012. – 432 с.

13. Арефьева, Н.Т. Прогнозирование социокультурного развития: теоретико-методологические подходы: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора философских наук: 24.00.01 / Н.Т. Арефьева; [Место защиты: Моск. гос. ун-т культуры]. – Москва, 2010. – 39 с.

14. Аронов, А.А. Сергей Павлович Дягилев: загадки идентификации. – Москва: Вестник МГУКИ, 2010. – № 5. – С. 59-63.

15. Арутюнов, С.А. Культуры, традиции и их развитие и взаимодействие: The Edwin Mellen Press-Lewiston-Queenston-Lampeter, 2000. – 385 с.

16. Арутюнов, С.А., Рыжакова, С.И. Культурная антропология. – Москва: Весь мир, 2004. – 216 с.

17. Аускерн. Л.Е. Джаз под минаретами. Прошлое и настоящее турецкого джаза // Jazz-квадрат, 2002. – №4 (41). URL: <https://jazzquad.ru/index.pl?act=PRODUCT&id=2746> (дата обращения 21.07.2023).

18. Афанасьев, А.Н. Поэтические воззрения славян на природу. Опыт сравнительного изучения славянских преданий и верований, в связи с

мифическими сказаниями других родственных народов. В трех томах. – Т. 1 – Москва: Современный писатель, 1995. – 257 с. URL: [https://biblio.imli.ru/images/abook/folklor/Afanasev_A.N._Poeticheskie_vozzreniy_a_slavyan_na_prirodu._T._I._1995.pdf](https://biblio.imli.ru/images/abook/folklor/Afanasev_A.N._Poeticheskie_vozzreniya_na_slavyan_na_prirodu._T._I._1995.pdf) (дата обращения 10.07.2023).

19. Бабаева, Д.В. Фольклор и художественная литература // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – Симферополь: ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», 2012. – №2-2. – С. 170-173.

20. Бартминский, Е. Современный фольклор – между архивом, эстрадой и телевидением // От конгресса к конгрессу: материалы Второго Всерос. конг. фольклористов. – Москва: Гос. республик. центр. рус. фольклора, 2010. – Т.1. – 440с.

21. Бачинская, Н. Народные песни в творчестве русских композиторов / под ред. Е. В. Гиппиуса. – Москва: государственное музыкальное изд-во Москва, 1962. – 217с.

22. Беккер, Г. Человеческое поведение: экономический подход: Пер.с англ. / сост., научн., ред.перю, авт.послел. Р.И. Капелюшников. – Москва: ГУ ВШЭ, 2003. – 670 с.

23. Белоцерковский, О.В. Музыкальный продюсер в шоу-бизнесе и академическом искусстве // Проблемы музыкальной науки: российский научный журнал – Москва: РАМ им. Гнесиных, 2008. – № 2(3). – С. 239-242.

24. Белоцерковский, О.В. Роль продюсера в российском музыкальном академическом искусстве рубежа XX-XXI веков: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. искусствоведения: 17.00.09 / О. В. Белоцерковский; [Место защиты: Саратовская гос. консерв. (академия) им. Л. В. Собинова]. – Саратов, 2010. – 26 с.

25. Белошапка, Н.В. Государство и культура СССР: от Хрущева до Горбачева: монография. – Ижевск: Издательский дом «Удмуртский университет», 2012. – 320 с.

26. Бенедикт, Р. Конфигурации культуры в Северной Америке // Американский антрополог. – США: Уайли:Блэкуэл, 1932. – Т. 34. – С. 24.
27. Бенедикт, Р.О. Модели культуры / пер. А.Н. Данильченко. – Москва: Альма-Матер, 2023. – 315 с.
28. Бернад, Ч. Функции руководителя: власть, стимулы и ценности в организации – Москва: Социум, ИРИСЭН – 2012. – 613 с.
29. Богданов, К.А. Фольклористика и т.д. // НЛО (новое литературное обозрение), 2001. №50. URL: <http://folk.spbu.ru/Reader/bogdanov1.php?rubr=Reader-articles> (дата обращения 1.05.2023).
30. Богемская, К.Г. Наивное искусство и художественная самодеятельность в России 1920-1990-е гг: История и проблема культурных контекстов: дис. на соиск. уч. ст. доктора искусствоведения: 17.00.04 / К.Г. Богемская; [Место защиты: Государственный институт искусствознания]. – Москва, 2003. – 298 с.
31. Бондарева, В.Н. Песенный фольклор Петербургского региона: наследие традиционной культуры в контексте социокультурных трансформаций: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / В.Н. Бондарева; [Место защиты: РГПУ им. А. И. Герцена]. – Санкт-Петербург, 2009. – 18 с.
32. Боронина, Л.Н., Сенук, З.В. Основы управления проектами: учеб. пособие. – Екатеринбург: Из-дво Урал.ун-т, 2015. – 112 с.
33. Бочкарева О. В. Музыкальный дискурс в условиях современного медиaprостранства // Ярославский педагогический вестник – Ярославль:ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д Ушинского, 2021 – № 1 (118).– С. 170–177.
34. Буслаев, Ф.И. Исторические очерки русской народной словесности и искусства. – Санкт-Петербург: издание Д.Е. Кожанчикова, 1861. – 2 т. – 706 с.

35. В прямом эфире на Казак FM побывали Надежда Бабкина и ансамбль «Русская песня» // газета Единство (сайт). URL: <https://pav-edin23.ru/2023/06/29/v-pryamom-efire-na-kazak-fm-pobyvali-nadezhda-babkina-i-ansambl-russkaya-pesnya/> (дата обращения 7.09.2022).

36. Вайрах, Ю.В., Другова, Ю.В. Маркетинговое продвижение музыкального продукта (на примере исполнителя «Mores») // Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сборник научных трудов. – Минск: Белорусский государственный экономический университет, Иркутский национальный исследовательский технический университет, Новое высшее учебное заведение, 2022. – С. 261-269.

37. Варламов, Д.И. Динамика функционирования музыкальных инструментов в этносоциальной среде // Памяти Л.Л. Христиансена (1910-1985) Сб. научн. ст. по материалам Всероссийских научных чтений, посвященных Л.Л. Христиансену. – Саратов: Саратовская государственная консерватория им. Л.В. Собинова, 2005. – 363 с. – С.95–113.

38. Вебер, К. Эд. Краткий очерк современного состояния музыкального образования в России. – Москва: тип. Э. Лиснера и Ю. Романа, 1985. – 124 с.

39. Вебер, М. История хозяйства: Очерк всеобщей социальной и экономической истории – Москва: Наука и школа, 1923. – 240 с.

40. Вебер, М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии. в 4 т. / [пер. с нем.]; сост., общ. ред. и предисл. Л. Г. Ионина; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. — Перевод изд.: Weber Max. Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie. 5. revidierte Aufl. Besorgt von Johannes Winckelmann. Tübingen: J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), 1972.

41. Веселовский, А.Н. Избранные статьи / под общ. ред. М.П. Алексеева, В.А. Десницкого, В.М. Жирмунского, А.А. Смирнова. Вступительная статья В.М. Жирмунского. – Ленинград: Институт литературы Академии наук СССР, 1939. – 598 с.

42. Волкова, П.С. Реинтерпретация в свете философии искусства: к постановке проблемы. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reinterpretatsiya-v-svete-filosofii-iskusstva-k-postanovke-problemy/viewer> (дата обращения 22.05.2023).

43. Волошина, Т.А. Музыкальное направление фолк-рок как транслятор идей толерантности и добрососедства. – Орел: сетевое издание Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии), 2016. URL: http://abyss.su/abyss_issue/1/21 (дата обращения 20.07.2023)

44. Воробьев, И.С. Фольклор и композиторское творчество // Южно-Российский музыкальный альманах. – Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовской государственной консерватории им. С.В. Рахманинова, 2018. – №4 . – С. 65-70.

45. Воропаев, В.И. Управление проектами в России. Основные понятия. История. Достижения. Перспективы. – Москва: Аланс, 1995. – 225 с. (формат: энциклопедический).

46. Воротной, М.В. Менеджмент музыкального искусства: учеб.пособие – Санкт-Петербург: Лань, 2013. – 256 с.

47. Всемирная Фольклориада в Уфе, 7 июля 2021. URL: <https://gtrk-kostroma.ru/news/vsemirnaya-folkloriada-v-ufe-obedinila-38-stran-mira/> (дата обращения 18.12.2021).

48. Всероссийский фестиваль-марафон «Песни России» URL: https://culture.gov.ru/press/news/vserossiyskiy_festival_marafon_pesni_rossii_otm_echaet_v_2021_godu_15_let_deyatelnosti/ (дата обращения 25.05.2023).

49. Вундт, В.М. Миф и религия / пер., изд. В. Базаров и П. Юшкевич, под ред. Проф. Д.Н. Овсяннико-Куликовского. – Санкт-Петербург: Брокгауз-Ефрон, 1913. – 416 с. URL: https://viewer.rusneb.ru/ru/000199_000009_003801884?page=1&rotate=0&theme=white (дата обращения 20.06.2023).

50. Гавриляченко, Е.Э. Фольклоризация общества в историческом и проектном контекстах // Фольклорное движение в современном мире. –

Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2016. – 232с.

51. Гавриляченко, Е.Э. Фольклорные волны в культуре России и «Молодежное фольклорное движение» 1980-2000 гг.: автореферат дис. На соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / Е. Э. Гавриляченко; [Место защиты: Гос. ин-т искусствознания]. – Москва, 2008. – 25 с.

52. Гармаш, О.А. Менеджмент академической музыки в России: генезис явления: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. искусствоведения: 17.00.02 / О.А. Гармаш; [Место защиты: Ростов. гос. консерватория им. С. В. Рахманинова]. – Ростов-на-Дону: Ростовская государственная консерватория им. С.В. Рахманинова, 2017. – 27 с.

53. Гиппиус, Е.В. Основные особенности народной музыкальной речи мелодического склада, мыслимого вне гармонии и тактовой ритмики: рукопись // Материалы и статьи к 100-летию со дня рождения Е.В. Гиппиуса – Москва: Издательский дом «Композитор», 2003. – № 25. – С. 110-168

54. Гиппиус, Е.В., Эвальд, З.В. Песни Пинежья. – Москва: Музгиз, 1937. – Книга II. – 592 с.

55. Гирчак, И.И. Языковая символика в русском фольклоре // Славянское слово в контексте времени: сб. трудов по результатам VIII Кирилло-мефодиевских чтений. – Ишим: филиал федерального гос.бюджетн.образовательн.учреждения ВПО «Тюменский государственный университет» в г. Ишиме, 2016. – С. 127-133.

56. Гнатовская, А.В. Актуализация ценностей русского фольклора в детско-юношеской среде: проблема аутентичности // Журнал Института Наследие, 2017. – №2 (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualizatsiya-tsennostey-russkogo-folklora-v-detsko-yunosheskoy-srede-problema-autentichnosti> (дата обращения: 28.10.2022).

57. Головинский, Г.Л. Композитор и фольклор: из опыта мастеров XIX-XX вв. Очерки. – Москва: Музыка, 1981. – 279 с: нот. ил.

58. Гордиенко, Я.С. Трансформации фольклора в современной анимации России // Театр. Живопись. Кино. Музыка. – Москва: ГИТИС, 2017. – № 3. – С. 151 – 162.
59. Григорьева, Е.И. Современные технологии социально-культурной деятельности: учеб. пособие / отв. ред. Е.И. Григорьева. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – 504 с.
60. Гримм, Я. Германская мифология. В 3 т. / пер., коммент. Д.С. Колчигина., под ред. Ф.Б. Успенского. – Москва: Издательский дом ЯСК, 2019. – 912+976+776 с.
61. Гринберг, Р.С, Рубинштейн, А.Я., Абалкин, А.И. Стратегические ориентиры экономического развития России: научный доклад. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2010. – 657 с.
62. Грошев, И.В. Организационная культура в системе менеджмента современного российского предпринимательства: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора экономических наук: 08.00.05 / И.В. Грошев; [Место защиты: Тамбов, Тамбовский государств.университет им. Г.Р. Державина] – Тамбов, 2007. – 37 с.
63. Гузенко, В.А. Особенности продвижения брендов сферы культуры в Республике Беларусь // Современные инновации, 2020. – № 3(37). – С. 38–40. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-brendov-sfery-kultury-v-respublike-belarus/viewer> (дата обращения 19.12.2021).
64. Гурченко, А.И. Воплощение фольклорных традиций в искусстве как антитеза эстетике постмодерна // Этническая культура. – Чебоксары: ООО «Издательский дом «Среда», 2021. – Т. 3, № 4. – С. 58–61.
65. Гурченко, А.И. Фольклоризм как феномен в искусстве: историко-методологическое исследование: монография – Минск : БГУКИ, 2023. – 283 с.
66. Гусев, В.Е. Жив ли фольклор? // Живая старина. – Москва: [б.и.], 1995. – №2. – С. 9.

67. Гусев, В.Е. Полифункциональность фольклора // Македонски фолклор. – Скопје: Институт за фолклор СФРЮ, 1976. – № 18. – С. 7.
68. Гусев, В.Е. Русская народная художественная культура (теоретические очерки). – Санкт-Петербург: СПГИТМиК, 1993. – 114 с.
69. Гусев, В.Е. Фольклор и социалистическая культура // Современность и фольклор – Москва: Музыка, 1977. – С. 7-27.
70. Дабаева, И.П. Опыт организации и проведения фестивалей и конкурсов хоровых коллективов Ростовской консерватории // Проблемы менеджмента в сфере академической музыки: сб. статей. – Москва: Композитор, 2010. – 192 с. – С. 73-80.
71. Далецкий, О.В. Совершенствование вокально-педагогической работы в художественной самодеятельности : автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора искусствоведения: 17.00.02 / О.В. Далецкий; [Место защиты: Московская государственная консерватория им. П.И. Чайковского]. – Москва, 1986. – 52 с.
72. Дашкова, Е.В. Стилизация как феномен современной культуры. URL: http://www.rusnauka.com/27_NII_2008/Philosophia/34984.doc.htm (дата обращения 20.11.2021.).
73. Девятов, В.С. Русская народная песня в современных условиях: пути сохранения и популяризации: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / В.С. Девятов; [Место защиты:]. – Москва, 2022. – 26 с.
74. Девятов, В.С. Русская народная песня в сценических условиях и пути ее сохранности // Человек и культура. – Москва: NotaBene, 2019. – № 4. – С. 79–89.
75. Дёмина, Л.В. Феномен песенной культуры русского населения Среднего Зауралья: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора культурологии: 24.00.01 / Л.В. Дёмина; [Место защиты: Челябинская государственная академия культуры и искусств]. – Челябинск, 2011. – 39 с.

76. Диск Русская музыка: песни Южной России в исполнении ансамбля Русская музыка – Москва: IZBA record. URL <https://dom.com.ru/item/942> (дата обращения 12.02.2022).

77. Дитрих, Я. Проектирование и конструирование: Системный подход. – Москва: Мир, 1981. – 456 с.

78. Дмитриева, С.И. География распространения русских былин: по материалам конца XIX-начала XX века. – Москва: изд-во Наука, 1975. – 114 с.

79. Добровольский, Б.М., Коргузалов, В.В. Русский музыкальный эпос. Былины. – Москва: Советский композитор, 1981. – 495 с.

80. Долгих, К.Е. Фольклорно-джазовый десант в Минске // Полный джаз, 1999. – № 10. URL: <https://www.jazz.ru/mag/20/desant.htm> (дата обращения 22.01.2023).

81. Долженкова, О.В. Этническая культура на глобальной орбите: феномен пространственного развития тувинской народной музыки // Новые исследования Тувы. – Москва: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение ВО Российский университет дружбы народов, 2019. – № 3. – С. 52-65.

82. Дорохова, Е.А. Пределы реконструкции // Фольклорное движение в современном мире: сб. статей. – Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2016. – С. 80-95.

83. Дрожжина, М.Н. О роли традиционных инструментов в опусах композиторов молодых национальных композиторских школ // Вестник музыкальной науки. – Новосибирск: Новосибирская государственная консерватория им. М.И. глинки, 2017. – № 4 (18). – С. 63-69.

84. Друкер, П. Классические работы по менеджменту // пер.с англ. И. Григорян, О. Медведь, С. Писарева; ред. Р. Пискотина. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.

85. Друкер, П. Управление бизнесом. – Москва: Альпина Диджитал, 2011. – (Harvard Business Review: 10 лучших статей). – 27 с.

86. Друкер, П. Эффективный руководитель // пер.с англ. О. Чернявской – Москва: Ман, Иванов и Фербер (МИФ); Эксмо, 2014. – 4-е изд. – 240 с.

87. Дуков, Е.В., Жидковский, В.С., Осокин, Ю.В., Соколов, К.Б., Хренов, Н.А. Введение в социологию искусства. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2001. – 81 с.

88. Дымникова, А.И. Практика фандрайзинга в учреждениях культуры // Справочник руководителя учреждения культуры. – Москва: МЦФЭР, 2004. – С. 42-50.

89. Дымникова, А.И. Управление некоммерческими организациями культуры в рыночной экономике: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора экономических наук: 08.00.05 / А.И. Дымникова; [Место защиты: Санкт-Петербургский го.унт.экономики и финансов]. – Санкт-Петербург, 2001. – 37 с.

90. Ерохина Т. И., Коновалова Н. О. Рок-исполнитель в массовой культуре: pro & contra // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского», 2019 – № 2 (107). – С. 198–203.

91. Живица, А.Р. Массовая музыка как компонент музыкальной культуры // Актуальные научные исследования в современном мире. – Переяслав: Общественная организация «Институт социальной трансформации», 2021. – № 11. – Ч. 13. – С. 25-30.

92. Живица, А.Р. Менеджмент музыкальной индустрии: проблемы и перспективы развития // Региональные культурные стратегии в современном мире: сб. статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2022. – 801 с. – С. 731-736.

93. Живица, А.Р. Менеджмент этнокультурного проекта «Zventa Sventana» как социокультурная технология сохранения и актуализации

фольклора // Вестник ЧГАКИ. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2023. – № 2 (74). – С. 82-87.

94. Живица, А.Р. Музыкальные этнокультурные проекты и их специфика // Музыка и время. – Москва: Научтехлитиздат, 2022. – № 2. – С. 22-27.

95. Живица, А.Р. Продвижение фольклорных проектов в современной России // Искусство-Образование-Культура: традиции и современность: сборник трудов Всероссийской научно-практической конференции. – Москва: Институт современного искусства, 2019. – 448 с. – С. 149-154.

96. Живица, А.Р. Современные направления этнической музыки // Художественное образование и наука – Москва: Издательский дом «Научная библиотека», 2022. – № 1 (30). – С. 172–178.

97. Живица, А.Р. Социокультурная технология актуализации фольклора в этнокультурном коллективе // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского», 2023 – № 3 (132). – С. 173–180.

98. Живица, А.Р. Технологии социокультурного проектирования как эффективное средство актуализации фольклора// Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – Москва: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение ВО Московский государственный институт культуры, 2023. – № 2.(49). – С. 71-78.

99. Живица, А.Р., Каминская, Е.А. Проблемы актуализации музыкального фольклора в конце XX – начале XXI вв. // Музыка и время. – Москва: Научтехлитиздат, 2021. – №.11. – С. 18-20.

100. Живица, А.Р., Каминская, Е.А. Трансформация элементов фольклорной культуры в деятельности ансамбля «Русская песня»// Вестник культуры и искусств. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2024. – № 1 (77). – С. 66–74.

101. Житнеева, Т.П. Персональный менеджмент в становлении профессионально-управленческой культуры музыканта: дис. на соиск. уч. ст. канд. пед. наук: 13.00.08. / Т.П. Житнеева; [Место защиты: Москва, 2005. – 163 с.

102. Жуковская, Л.Н., Костылев, С.В., Морозова, О.Ф., Ноздренко, Е.А. Проблемы концептуализации арт-менеджмента как системообразующего фактора мира культуры // Человек в мире культуры. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Уральский государственный педагогический университет, 2017. – № 4. – С.118-121.

103. Жуланова Н.И. Word Musik и российский фольклоризм (конец XX – начало XXI века) // Фольклор и фольклоризм в меняющемся мире: сб. ст. – Москва: Государственный институт искусствознания, 2010. – С. 212-236.

104. Жуланова, Н.И. Молодёжное фольклорное движение: Краткий обзор истории становления и тенденций развития // Самодеятельное художественное творчество в СССР. Очерки истории. Конец 1950-х начало 1990-х годов. – Санкт-Петербург: Государственный институт искусствознания, 1999. – С. 107-133.

105. Заренков, В.А. Управление проектами. – Москва: изд-во АСВ; Санкт-Петербург: СПбГАСУ, 2014. – 312 с.

106. Зеленин, Д.К. Восточнославянская этнография / пер с нем. К.Д. Цивинной, примеч. Т.А. Бернштам, Т.В. Станюкович и К.В. Чистова. Послесл. К.В. Чистова. – Москва: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1991. – 511 с.

107. Земцовский И.И. От народной песни к народному хору: игра слов или проблема? // Фольклор и фольклоризм : сб. науч. тр. / М-во культуры СССР, Ленингр. гос. ин-т театра, музыки и кинематографии. Вып. 2 : Традиционный фольклор и современные народные хоры и ансамбли. – Ленинград: ЛГИТМиК, 1989. – С. 6- 20.

108. Земцовский, И.И. Народная музыка // Музыкальная энциклопедия. – Москва, 1976. – Том 3. – С. 887–904.
109. Земцовский, И.И. Фольклор и композитор. Теоретические этюды. – Ленинград: Советский композитор, 1978. – 172 с.
110. Земцовский, И.И. Фольклористика как наука // Славянский музыкальный фольклор. – Москва: Музыка, 1972. – С. 9-79.
111. Земцовский, И.И. Этнография музыкальная // Музыкальная энциклопедия. – Москва: Советская энциклопедия: Советский композитор, 1982. – Том 6. – С. 19-63.
112. Зима, Т.Ю. Русское музыкальное общество как социокультурное явление в России второй половины XIX – начала XX века: автореферат дис.на соиск. уч. ст. доктора культурологии: 24.00.01 / Т.Ю. Зима; [Место защиты: Моск.гос.ун-т культуры и искусств]. – Москва, 2015. – 38 с.
113. Злотникова, Т. С. Симптомы конца века (типологический подход к русской культуре конца XIX и конца XX вв.) // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского», 1996. – № 2. – С. 58–63.
114. Злотникова, Т.С. Имитация «Документального» и симуляция «Художественного» в современной массовой культуре// Вестник ТГГПУ. – Казань: ТГГПУ, 2014.-N3 (37). – С. 201–206.
115. Злотникова, Т.С., Мазилев, В.А., Нажмудинов Г.М. Архетип как код массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского», 2015.- №. 6. URL <https://ciberleninka.ru/article/n/arhetip-kak-kod-massovoy-kultury> (дата обращения 28.01.2024).
116. Зорилова, Л.С, Родионова, Д.Г. О становлении музыкального менеджмента в современной России // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – Москва: ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры, 2019. – № 4 (35). – С. 61–69.

117. Зуев, С.Э. Социально-культурное проектирование в музее. URL: <https://www.onmck.ru/upload/statics/docs/proekt.pdf> (дата обращения 06.08.2022).
118. Зуев, С.Э. Социально-культурное проектирование. – Ижевск: Сарапульская городская типография, 2003. – 182 с.
119. Иванова, А.С. Арт-менеджмент как интеграция культурно-эстетической и организационно-управленческой деятельности // Журнал философских исследований. – 2016. – Т. 2. – № 6. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/15145/view> (дата обращения 09.09.2022).
120. Иванов-Балин, Г.И. Русские народные песни Зауралья. – Москва: Советский композитор, 1988. – 198 с.
121. Ивасенко, А.Г., Никонова, Я.И., Каркавин, М.В. Управление проектами. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 327 с.
122. Интервью с Тиной Кузнецовой «Новый клип Zventa Sventana с Варварой Шмыковой»: Издание Стиль. URL: <https://www.google.ru/amp/s/style.rbc.ru/amp/news/606c78579a79475aa712456f> (дата обращения: 21.08.2023).
123. Калужникова, Т.И. Песни уральских казаков. – Екатеринбург: Сфера, 1998. – 236 с.
124. Каминская, Е.А. Актуализация традиционного фольклора в современной социокультурной среде на основе его имманентных характеристик // Вестник славянских культур. – Москва: ГАСК, 2016. – с. 53-64.
125. Каминская, Е.А. Профессиональная художественная культура как один из механизмов актуализации традиционного фольклора // Казанский педагогический журнал. – Казань: ФГБНУ «Институт педагогики, педагогики и социальных проблем», 2015. – № 5-2. – С. 412-414.
126. Каминская, Е.А. Процесс адаптации музыкального фольклора к современной социокультурной среде на основе его способности к

перекодировке // Успехи современного естествознания. – Москва: Издательский дом «Академия Естествознания», 2004. – № 10. – С. 96.

127. Каминская, Е.А. Традиционный фольклор в контексте бытования современной фольклорной культуры: монография. – Москва: Изд. Спутник+, 2016. – 127 с.

128. Каминская, Е.А. Традиционный фольклор: культурные смыслы, современное состояние и проблемы актуализации: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора культурологии: 24.00.01 / Е.А. Каминская; [Место защиты: Челябинский государственный институт культуры]. – Челябинск, 2016. – 365 с. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01008829774> (дата обращения 7.07.2021).

129. Карамзин, Н.М. Записки о древней и новой России в ее политическом ее политическом и гражданском отношениях. – Москва: Наука, 1991. – 130 с.

130. Касаткина, С.А. Менеджмент в сфере культуры как вид управленческой деятельности // Вестник МГУКИ. – Москва: МГУКИ, 2011. – № 6. – С.199–204.

131. Кийко, Н.Ю. Менеджмент как предмет педагогического и культурологического исследования // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки, 2010. – №3 (199). – С. 22-27.

132. Киреевский, П.В. Собрание народных песен. – Тула: Приокское книжное издательство, 1986. – 467 с.

133. Киселева, Т.Г., Красильников. Ю.Д. Социально-культурная деятельность. – Москва: МГУКИ, 2004. – 539 с.

134. Ковальчук, И.В. Влияние рок-музыки на формирование стиля жизни российской молодежи: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. социологических наук: 22.00.01 / И.В. Ковальчук; [Место защиты: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова]. – Москва, 2002. URL: <https://www.dissercat.com/content/vliyanie-rok-muzyki-na-formirovanie-stilya-zhizni-rossiiskoi-molodezhi> (дата обращения 21.07.2023).

135. Козловский, С.И. Музыка нового века // Jazz-квадрат, 1998. №-11-12 (13-14). URL: <https://jazzquad.ru/index.pl?act=TAGS&tag=Сергей%20КОЗЛОВСКИЙ&taggroup=автор> (дата обращения 21.05.2023).
136. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / пер. с англ. Л. Мочалова; ред. М. Наймарк. – Санкт-Петербург: Арт-пресс, 2004. – С. 5.
137. Колбер, Ф. Эврар, И. Арт-менеджмент – наука третьего тысячелетия / Ф. Колбер, И. Эврар // Арт-менеджмент. – Москва: [б.и], 2002. – № 3. – С. 3-10.
138. Колбер, Ф., Эврар, И. Арт-менеджмент наука третьего тысячелетия / пер.с англ. С.А. Лаптев. – Красноярск, 2017. URL: <https://infourok.ru/perevod-stati-f-kolber-i-evrar-artmenedzhment-nauka-tretego-tisyachiletiya-1929191.html> (дата обращения 25.06.2021).
139. Командышенко, Е.Ф. Арт-менеджмент в вопросах и ответах: уч. – метод. пособие – Москва: ФГБОУ ВПО «Военный университет», 2012. – 76 с.
140. Комиссарова, С.А. Культурологический потенциал государственных учреждений клубного типа в современных условиях: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / С.А. Комиссарова; [Место защиты: Государственная акад.славянской культуры]. – Москва, 2010. – 19 с.
141. Комлев, Н.Г. Словарь иностранных слов, 2006. URL: <https://classes.ru/all-russian/dictionary-russian-foreign2-term-41090.htm> (дата обращения 10.12.2021).
142. Кондаков, И.В., Соколов, Н.А., Хренов, Н.А. Цивилизационная идентичность в переходную эпоху: культурологический, социологический и искусствоведческий аспекты. – Москва: Прогресс-Традиция, 2011. – 1024 с.
143. Кончаловский, А.С. От черного квадрата – к черной дыре. // ВВС Русская служба. – 8 декабря 2014. URL:

https://www.google.ru/amp/s/www.bbc.com/russian/blogs/2014/12/141208_blog_konchalovsky_art_market_article.amp (дата обращения 10.12.2021).

144. Копытов, Н.Ю. К семантике фитонимических символов в фольклорных текстах (на материале песенной традиции Карагайского района Пермской области), 2005. URL: <https://www.ruthenia.ru/folklore/kopytov1.htm> (дата обращения 17.01.2021).

145. Корнеева, С.М. Музыкальный менеджмент : учеб. пособие – Москва: Юнити-Дана, 2006. – 303 с.

146. Костина, А.В. Традиционная культура: к проблеме определения понятия // Научные труды Московского гуманитарного университета. – Москва: Московский гуманитарный университет, 2009. – № 104. – С. 203–113. URL <https://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/4/Kostina/> (дата обращения 2.02.2024)

147. Костина, А.В. Соотношение и взаимодействие традиционной, элитарной и массовой культур в социальном пространстве современности: автореф. дис. на соиск. уч. ст. доктора культурологии: 24.00.01 / А.В. Костина; [Место защиты: Московск.гос.ун-т культуры и искусства]. – Москва, 2009. – 39 с.

148. Костылев, С.В. Арт-менеджмент: учеб. пособие – Красноярск: Гуманитарный институт, 2016. – 486 с.

149. Костюкович, А.Ю. В поисках корней // Jazz-квадрат. – Минск: Jazz-квадрат, 2003. – №2 (45). – С. 43.

150. Костюкович, А.Ю. Джаз-холл с видом на дождь / Jazz-квадрат. – Минск: Jazz-квадрат, 1998. – № 11-12 (13-14). – С. 18.

151. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; [Пер.с англ.] – Санкт-Петербург: Нева, 2003. – 219 с.

152. Котлер, Ф., Келлер, К.Л. Маркетинг. Менеджмент: Экспресс-курс. 3-е изд. / пер. с англ. под научн. ред. С.Г. Жильцова. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 480с.

153. 80-летию со дня рождения Дмитрия Покровского // Российский национальный музей музыки. URL: <https://music-museum.ru/about/news/k-80-letiyu-so-dnya-rozhdeniya-dmitriya-pokrovskogo.html> (дата обращения 11.05.2024).

154. Кочубей, Е.И., Саркисян, А.М. Состояние и перспективы развития сферы арт-бизнеса в России // Экономика и социум. – Москва: ООО «Институт управления и социально-экономического развития», 2017. – № 6-1 (37). – С.867-869.

155. Кравченко, А.И. История менеджмента: учеб.пособие для вузов – Москва: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2005. – 560 с.

156. Кретова, А.К. Технологии маркетинга в арт-менеджменте // Научная палитра, 2017. – № 3 (17). URL: <https://culture.esrae.ru/ru/43-378> (дата обращения 28.08.2021).

157. Крылова, А.В. Проектная деятельность в сфере искусства как тенденция // Менеджмент и звукорежиссура музыкальных проектов: актуальные проблемы науки и практики. – Ростов-на-Дону: Издательство РГК им. С.В. Рахманинова, 2012. – 238 с.

158. Крылова, А.В. Реклама художественных событий // Музыка в системе культуры. – Екатеринбург: ФГБОУ «Уральская государственная консерватория им. М.П. Мусоргского», 2012. – с. 81-86.

159. Кузнецова, Н.В. История менеджмента – Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2001. – 199 с.

160. Кулагина, А. Русские народные песни. Романсы. Частушки. – Москва: Эксмо, 2009. – 736 с.

161. Кулаковский, Л.В. Искусство села Дорожева: У истоков народного театра и музыки / под общей ред. С.В. Аксюка. – Москва: Советский композитор, 1959. – 153 с.

162. Кулдыркаева, О.В. Современные технологии арт-менеджмента в музыкальной педагогике // Вестник Кемеровского государственного

университета культуры и искусств. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры», 2021. – № 57. – С.260-265.

163. Курашов, В.И. История и принципы философии музыки: от слова к музыке и от музыки к слову // Ученые записки казанского университета. – Казань: «Казанский университет», 2012. – Т. 154, кн. 1. URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F2014583345/154_1_gum_10.pdf (дата обращения 20.03.2023).

164. Лаврухина, И.А. Менеджмент культуры и арт-менеджмент. URL: <http://v2.circleplus.ru/kentavr/n/28/028ILA1/print> (дата обращения 19.07.2021).

165. Ланкин, В.Е. История менеджмента. – Таганрог: ТРТУ, 2006. URL: http://www.aup.ru/books/m98/2_2.html (дата обращения 19.08.2022).

166. Ланцов, В.М. Реальный менеджмент. – Казань: [б.и]. – ч.1: Начала, 2002. – 299 с.

167. Левинтон, Г.А. Жанровое пространство русского фольклора: видеолекция. URL: <http://doskado.ru/blog/2012-02-23-3080> (дата обращения 13.02.2021).

168. Левко, О.А. Курс «Менеджмент в музыкальном искусстве» в Московской консерватории // Вестник АХИ. – Москва: ФГОУ ВО «Академия хорового искусства им. В.С. Попова», 2015. – №5. – С. 21-27.

169. Левко, О.А. Современный менеджмент высокого искусства: экологический вектор // Проблемы менеджмента в сфере академической музыки: сб. статей. – Москва: изд-во Композитор, 2010. – С. 30-37.

170. Леньков, Р.В. Социальное прогнозирование и проектирование. – Москва: ЦСП и М, 2013. – 192 с.

171. Летина, Н. Н. Русский интернет-дискурс современной массовой культуры // Ярославский педагогический вестник. – Ярославль: ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. К.Д. Ушинского», 2017. – № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkiy-internet-diskurs-sovremennoy-massovoy-kyltury> (дата обращения 31.01.2024).

172. Липов, А. Н., Карлхайнц, Эssl. Изменения в электроакустической музыке // PHILARMONICA. International Music Journal. – Москва: ООО «НБ-Медиа», 2016. – №4. – С. 42-75.

173. Лихачева, Л. С., Морозова, А.П. Этнокультурный фестиваль как активная форма межкультурного взаимодействия в поликультурном обществе // Человек в мире культуры. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет», 2016. – №3. – С. 15-17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnyy-festival-kak-aktivnaaya-forma-mezhkulturnogo-vzaimodeystviya-v-polikulturnom-obschestve> (дата обращения 19.01.2024).

174. Лузан, В.С. Арт-менеджмент. URL: <https://www.livelib.ru/book/3695/readpart-artmenedzhment-vladimir-sergeevich-luzan>. (дата обращения 10.02.2022).

175. Мазур, И.И., Шапиро, В.Д., Ольдерогге, Н.Г. Управление проектами. – Москва: Омега-Л, 2005. – 664 с.

176. Макарова, Е.А. Арт-менеджмент как вид профессиональной деятельности // Культура. Наука. Творчество – Минск: «Белорусская государственная академия искусств», «Белорусский государственный университет культуры и искусств», 2014. – Выпуск 8. – С. 380-384. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/4399> (дата обращения 8.02.2022).

177. Макарова, Е.А. Теория и технологии арт-менеджмента: науч.-методич. пособие – Минск: Белорусский государственный университет культуры и искусств, 2013. – 139 с.

178. Макшанцева, И. М. Что такое рок. Основнын этапы развития. Историко-генетический анализ // Музыкальное искусство. – Донецк: ФГБОУ ВО «Донецкая гос.акад.им. С.С. Прокофьева», 2018. – №18. – С.34-44.

179. Малекo, Е.В., Малекo, В.Е. Российский арт-менеджмент на современном этапе: проблемы и перспективы // Современная модель управления: проблемы и перспективы: материалы V Всероссийской (национальной) научно-практической конференции. – Магнитогорск:

Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2021. – С. 108-112.

180. Манукян, А.С. II Международный фестиваль авангардной фолк-музыки // Jazz-квадрат. – Минск: Jazz-квадрат, 2006. – № 1. URL: <https://jazzquad.ru/index.pl?act=PRODUCT&id=3007> (дата обращения 17.06.2022).

181. Манукян, А.С. В Америке быть джазменом // Полный джаз, 1998. – №26. URL: <https://www.jazz.ru/mag/128/interview.htm> (дата обращения 20.06.2022).

182. Манукян, А.С. Да здравствует джаз, 2013. URL: <https://jazzquad.ru/index.pl?act=PRODUCT&id=3390> (дата обращения 20.06.2022).

183. Маркарян, Э.С. Теория культуры и современная наука: (логико-методол. анализ). – Москва: Мысль, 1983. — 284 с. – С. 259.

184. Марков, А.П., Бирженюк, Г.М. Основы социокультурного проектирования. – Санкт-Петербург: ИГУП, 1998. – 364с.

185. Мартин, П., Тейт, К. Управление проектами: пер.с англ. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 224 с.

186. Маслоу, А. Маслоу о менеджменте: самоактуализация, просвещенный менеджмент, организационная теория/ пер.с англ. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 413с.

187. Маслоу, А. Мотивация и личность. 3-е изд. / пер. с англ. – Санкт-Петербург: Питер, 2019. – 400 с.

188. Матвеев, А.А., Новиков, Д.А., Цветков, А.В. Модели и методы управления портфелями проектов – Москва: Ин-т проблем управления им. В. А. Трапезникова, 2005. – 206 с.

189. Махаев, В.С. Hungarian jazz in Saransk // Финно-угорский мир. – Саранск: ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский гос.ун-т им. Н.П. Огарева», 2009. – № 1. – С. 56–61.

190. Международный фестиваль искусств «Славянский базар в Витебске». URL: <https://fest-sbv.by/about> (дата обращения 12.05.2022).
191. Мексон, М.Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента / Перевод с англ. и ред. О.И. Медведь. – Москва: Вильямс, 2016. – 665с.
192. Менеджмент (современный российский менеджмент) / под редакцией Ф.М. Русинова и М.Л. Разу. – Москва: ИД ФБК-ПРЕСС, 1999. – 504 с.
193. Михайлова, Н.Г. Традиционная культура и современное социокультурное пространство // Традиционная культура: научный альманах, 2007. – № 4. – С. 3-11.
194. Михеева, Н.А. Социально-культурная сфера в системе социального управления // Известия РГПК им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург: ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена», 2008. – № 66. – С. 230-235.
195. Морозов, Ю.Д. Менеджмент организаций. – Днепропетровск: Днепропетровский университет экономики и права. – 2011. – 174 с.
196. Морозова, О.Ф., Ноздренко, Е.А., Жуковская, Л.Н., Костылев, С.В., Лузан, В.С. Арт-менеджмент. – Сибирский федеральный университет, Гуманитарный институт, 2016. – 486 с.
197. Музыкальный менеджмент: наука, бизнес образование // Сборник научных статей / ред. А.В Крылова, Е. В. Кисеева. – Ростов-на-Дону: Ростовская государственная консерватория им. С. Рахманинова. – 2013. – 172 с.
198. Муравьев, Ю.Л. Современный менеджмент: технология или искусство // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – Омск: АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», 2016. – №2 (18). – С. 53–57.
199. Муравьева, И. Они изменили представление о фольклоре и народном пении // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2023/02/19/oni->

izmenili-predstavlenie-o-folklore-i-narodnom-penii-legendarnyj-ansambl-dmitriia-pokrovskogo-otmechaet-50-letie.html (дата обращения 20.03.2023).

200. Муратов, М.М. Эстрада как феномен массовой культуры: дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / М.М. Муратов; [Место защиты: Казанский гос.ун-т культуры и искусств]. – Казань, 2005. – 158с.

201. Мусьянкова, Н.А. Художники и институции: самодеятельное творчество СССР 1920-1930-х гг.: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. искусствоведения: 17.00.04 / Н. А. Мусьянкова; [Место защиты: Гос.институт искусствознания М-ва культуры РФ.]. – Москва, 2008. – 26 с.

202. Мы за народ, а народ – за нас. Надежда Бабкина об особенностях фестиваля «Песни России» // Краснодарская правда, 2023. URL: <https://ki-news.ru/article/my-za-narod-a-narod-za-nas-nadezhda-babkina-ob-osobennostyah-festivalya-pesni-rossii/> (дата обращения 21.11.2023).

203. Мюллер, М. Введение в науку о религии: четыре лекции, прочитанные в Королевском институте в феврале-марте 1870 года – Изд.2, испр. и доп./ под ред. Красникова А.Н. – Москва: Дело, 2022. – 328 с.

204. Мюллер, М. Сравнительная мифология Макса Мюллера / пер.с англ. И. М. Живаго. – Москва: тип. Грачева и Ко, 1863. – 122 с.

205. На фестивале-марафоне «Песни России» // ТАСС. URL: <https://tass.ru/kultura/18102255/amp> (дата обращения 21.11.2023).

206. Надежда Бабкина завершит юбилейные гастроли к Новому году. URL: <https://www.intermedia.ru/amp/news/222500> (дата обращения 21.11.2023).

207. Надежда Бабкина и государственный ансамбль «Русская песня» побывали в гостях на КАЗАК FM // Анапское Черноморье. URL: <https://anaparch.ru/nadezhda-babkina-i-gosudarstvennyj-ansambl-russkaya-pesnya-pobyvali-v-gostyax-na-kazak-fm/> (дата обращения 21.11.2023).

208. Надежда Бабкина объяснила, почему не будет записывать дуэт с блогером // Вокруг ТВ . URL: <https://www.vokrug.tv/article/show/16082166701/#:~:text=%D0%9D%D0%B0%D0%B4%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D0%B0%20%D0%91%D0%B0%D0%B1>

[%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D1%82%20%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5,%D0%9D%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D0%B5%D0%BC%20%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D1%83%D0%B5%D0%B2%D1%8B%D0%BC%20%D0%B8%20%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%B8%D0%BC%D0%B8%20%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BC%D0%B8](#) от 17.12. 2020 (дата обращения 15.09.2022).

209. Надежда Бабкина привезет на Кубань фестиваль «Песни России» // BFN.RU Кубань. URL: <https://kuban.bfm.ru/news/17852> (дата обращения 7.09.2023.).

210. Народная культура в современных условиях / Министерство культуры РФ; Рос. институт культурологии; отв. ред. Н. Г. Михайлова. – Москва: Рос. инст. культурологии, 2000. – 219 с.

211. Народная музыкальная культура. Исследования. URL: <https://search.rsl.ru/ru/search#ef=1&yf=2004&yt=2023&vc=24.00.00&p=2&q=%D0%9D%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BC%D1%83%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0> (дата обращения 10.02.2023).

212. Наумов, А.М., Виханский, О.С. Менеджмент. – Москва: Магистр: ИНФА-М., 2014. – 5-е изд., стереотип. – 576 с.

213. Неклюдов, С. Ю. Российская фольклористика и структурно-семиотические исследования // Славянская традиционная культура и современный мир: сб. материалов научно-практической конференции / сост. Е. В. Добровольская. Отв. ред. А. С. Каргин. – Москва: ГРЦРФ, 1999. – Вып. 3. – С .54-62. URL: <http://folk.spbu.ru/Reader/nekludov2.php?rubr=Reader-articles> (дата обращения 15.11.2022).

214. Нефедова, М. Свадебка. К 140-летнему юбилею Стравинского // Музкарта.РФ. URL: <https://muzkarta.ru/statya/svadebka-k-140-letnemu-yubileyu-i> (дата обращения 20.08.2022).

215. Никифорова, А.А. Интерактивные формы сохранения культурной памяти (на примере исторической реконструкции в северо-западном регионе России) // Культура и искусство. – Москва: Nota Bene, 2021. – №3. – С. 37-45.

216. Никифорова, Н.В. Понятие «технология» в культурологической мысли XX века: автореферат дис. на соиск. уч. ст. кандидата культурологии: 24.00.01 / Н.В. Никифорова; [Место защиты: Рос.гос.пед. ун-т им. А.И. Герцена]. – Санкт-Петербург, 2011. – 22 с.

217. Новаторов, В.Е. Менеджер социально-культурной деятельности. – Омск: Омский гос.унв. Ф.М. Достоевского, 2004. – 125 с.

218. Новикова, А.М. Русские народные песни Московской области. – Москва: Советский композитор, 1986. – 279 с.

219. Новикова, Г.Н. Технологии арт-менеджмента. – Москва: издательский дом МГУКИ, 2006. – 178 с.

220. Новикова, Л.П. Музыкальная деятельность. Мотивационный аспект/ Восприятие музыки: сборник статей/ Л.П. Новикова; под ред. В.Н. Максимова. – Москва: Музыка, 1980. – 256 с.

221. Огородова, А.В. Этно-джаз как социокультурный феномен: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. философских наук: 24.00.01 / А.В. Огородова; [Место защиты: Белгородский государственный университет]. – Белгород, 2008. – 26 с.

222. Ожегов, С. Толковый словарь русского языка 80 000 слов и фразеолог. Выражений / Рос. акад. наук, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4-е изд. – Москва: Азбуковник, 1997. – 994 с.

223. Орлов, А.И. Менеджмент. – Москва: Изумруд, 2003. – 298 с.

224. Открытый текст // Электронное периодическое издание. URL: <https://opentextnn.ru/old/music/interpretation/index.html.id=4741> (дата обращения: 20.04.2022).

225. Панкеев, И.А. Книга русского фольклора: актуализация сущностных признаков в издательском проекте: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора филологических наук: 05.25.03 / И.А. Панкеев; [Место защиты: Московский государственный университет печати]. – Москва, 2008. – 38 с.

226. Патракова, Г. В. Управление в информационном обществе как технология взаимодействия субъекта и объекта (социокультурный аспект): автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. философских наук: 24.00.01 / Г. В. Патракова; [Место защиты: Тюменский государственный университет]. – Тюмень, 2010. – 23 с.

227. Переверзев, М.П., Косцов, Т.В. Менеджмент в сфере культуры и искусства. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 189с.

228. Перетока, Д.В. Маркетинговые технологии продвижения интеллектуального досуга на рынке социокультурных услуг // Молодежь и наука: сб. материалов X Юбилейной всероссийской научно-технической конференции студентов, посвященной 80-летию образования Красноярского края – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html> (дата обращения 12.05.2022).

229. Петров, В.М. Прогнозирование художественной культуры. – Москва: Наука, 1991. – 151 с.

230. Пивницкая, О.В. Феномен фолк-этно-рока в отечественной песенной культуре и перспективы его освоения в классе эстрадно-джазового вокала // Музыкальное искусство и образование. – Москва: ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет», 2021. – №1. – с.121-135.

231. Пиотровская, Д., Мартовская, М. Разгадать русскую душу невозможно // Вечерняя Москва. URL: <https://vm.ru/society/958604-nadezhda-babkina-razgadat-russkuyu-dushu-nevozmozhno/amp> (дата обращения 7.06.2023).

232. Питерс, Т. В поисках эффективного управления (опыт лучших компаний) / пер. с англ. Л.И. Евенко. – Москва: Прогресс, 1986. – 418 с.

233. Платон. Собрание сочинений в 4 т. / общ. ред. А.Ф. Лосева и др. – Москва: Мысль, 1994. – 830 с.
234. Плотников, С.Н. Общий менеджмент: Концепции и комментарии: учебник. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 400 с.
235. Покровский, Д.В. Структурная стилизация в «Свадебке» И.Ф. Стравинского / И.Ф. Стравинский. Сборник статей // Научные труды Московской государственной консерватории им. П.И. Чайковского – Москва: Московская государственная консерватория им. П.И. Чайковского, 1997. – 208 с.
236. Попов, Ю.И., Яковенко, О.В. Управление проектами. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 208 с.
237. Приазовские степи. URL: <https://priazovka.ru/obshhestvo/117827-nadezhda-babkina-i-gosudarstvennyj-ansambl-russkaya-pesnya-pobyvali-v-gostyah-na-kazak-fm/> (дата обращения 7.02.2023).
238. Пригожин, И.И. Политика-вершина шоу-бизнеса. – Москва: ООО «Алкигамма», 2001. – 320 с.
239. Пропп, В.Я. Фольклор и действительность: Избр.ст. / сост., ред., предисл. и примечания Б.Н. Путилова. – Москва: Гл. ред. вост. лит. изд. Наука, 1976. – 328 с.
240. Путилов, Б.Н. Историко-фольклорный процесс и эстетика фольклора // Проблемы фольклора / отв. ред. Н.И. Кравцов. – Москва: Наука, 1975. – с. 12-21.
241. Путилов, Б.Н. Фольклор и народная культура: монография. URL: <http://www.infoliolib.info/philol/putilov/2.html> (дата обращения 10.02.2024).
242. Путилов, Б.Н. Фольклор и художественная самодеятельность / отв. ред. Н.Н. Новиков – Ленинград: Наука, 1968. – С. 5-19.
243. Пчеловодова, И.В. Фольклор на сцене: взгляд изнутри // Ежегодник финно-угорских исследований. – Ижевск: ФГБОУ ВО Удмуртский государственный ун-т, 2013. – №4. – С. 60-64.

244. Пыпин, А.Н. Очерк литературной истории старинных повестей и сказок русских / А. Н. Пыпин [Соч.]. – Санкт-Петербург: тип. .Имп. Акад. наук, 1857. – 360 с.

245. Радищев, Н.А. Путешествие из Петербурга в Москву. – Москва-Ленинград: Гослитиздат, 1962. – 237 с.

246. Ревская, Н.Е. Психология менеджмента. – Санкт-Петербург: Альфа, 2001. – 240 с.

247. Редько, А.М. Продюсирование форма управления персоналом в музыкальной индустрии // Проблемы Науки, 2013. – № 2 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodyusirovanie-forma-upravleniya-personalom-v-muzykalnoy-industrii> (дата обращения: 30.06.2022).

248. Резник, И.Б. Изучение современной музыкальной сетевой аудитории с помощью средств интернет-аналитики // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный ун-т культуры и искусств», 2022. – № 58. – С.102-109.

249. Рекомендации о сохранении фольклора от 15 ноября 1989 года. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902084650> (Дата обращения: 11.10.2021).

250. Решикова, С.П. Самодеятельное художественное творчество как социокультурное явление: состояние, противоречия развития: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. философских наук: 17.00.08 / С.П. Решикова; [Место защиты: Академия общественных наук ЦК КПСС]. – Москва, 1991. – 21 с.

251. Родионова, Д.Г. Музыкальный вуз как менеджер проведения творческих мероприятий в России и за рубежом: на материале творческой деятельности Российской академии музыки имени Гнесиных // Вестник культуры и искусств. – Челябинск: ФГБОУ ВО «Челябинский государственный институт культуры», 2018. – №3. – С. 120-126.

252. Родионова, Д.Г. Музыкальный менеджмент как ценностное явление духовной культуры России: автореферат дис. на соиск.уч. ст. канд.

культурологии: 24.00.01 / Д.Г. Родионова; [Место защиты: Краснодарский государственный ин-т культуры]. – Краснодар, 2019. – 24 с.

253. Родионова, Д.Г. О профессиональной подготовке музыкальных продюсеров в современном вузе // Музыка и время. – Москва: ООО Изд-во «Научтехлитиздат», 2017. – № 11. – С. 29-32.

254. Родионова, Д.Г. Понятие «менеджмент»: культурные смыслы // Культура как пространство становления личности: сб.ст. молодых ученых Московского государственного института культуры; ред. В.А. Тихонова, Е.В. Мареева, Д.А. Сторублевцева. – Москва: МГИК, 2018. – С. 15-20.

255. Родионова, О.И. Народная культура в бытии российского общества: автореферат дис. на соиск. уч. степ. канд. философских наук: 24.00.01 / О.И. Родионова; [Место защиты: Волгоградский мед.университет]. – Волгоград, 2006. – 20 с.

256. Розанов, Ю.В. Фольклоризм А.М. Ремизова: источники, генезис, поэтика: дис. на соиск. уч. степ. доктора филологических наук: 10.01.01 / Ю.В. Розанов; [Место защиты: Новгородский гос.ун-т им. Ярослава Мудрого]. – Великий Новгород: Новгород. гос. ун. им. Ярослава Мудрого, 2009. – 220 с.

257. Рубинштейн, А.Я. Институт корпоративного управления и экономический рост: теория, методология и расчеты. – Москва: Институт экономики РАН. ВТЭ, 2020. – № 4. – С. 151-160.

258. Рубинштейн, Н.Я. «Болезнь Баумоля» в сфере культуры: Опыт экономического исследования // Художественная культура. – Москва: ФГБ НИУ «Государственный институт искусствознания», 2012. – №1(2). URL: <https://artculturestudies.sias.ru/2012-1/sotsialnaya-filosofiya-i-sotsiologiya/601.html> (дата обращения: 29.11.2021).

259. Рубцов, Ф.А. Основы ладового строения русских народных песен – Ленинград: Музыка, 1964. – 96 с.

260. Рудиченко, Т.С. Культурные традиции донского казачества в социальном дискурсе (конец XX начало XXI века) // Южно-Российский

музыкальный альманах. – Ростов-на-Дону: изд-во Ростовской гос.консерватории им. С.В. Рахманинова, 2010. – № 2 – с. 3-8.

261. Румянцева, З.П., Соломатин, Н.А. Менеджмент организации. – Москва: ИНФРА-М, 1995. – 432 с.

262. Русская культура: История подмены. URL: https://vk.com/public207786357?z=video-207786357_456239038%2F0e1cfb033b9ff02bf6%2Fpl_wall_-207786357 (дата обращения 10.02.2023)

263. Рябышев, В.Н. Основы социально-культурного прогнозирования и проектирования. – Улан-Удэ: ВСГАКиИ, 1997. – 101 с.

264. Савицкая, Е. Отечественный фолк-рок 1970-1980-х годов // Рок-музыка в контексте современной культуры: сб. статей по материалам международной научно-практической конференции. – Москва: Государственный институт искусствознания, 2020. – С. 163-178.

265. Сазонова, Е.В., Фатова, С.А., Калегина, А.А. Современные технологии продвижения в сфере культуры // Петербургский экономический журнал. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный Электротехнический ун-т «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина), 2020. – № 4. – С. 48-55.

266. Санникова, Т.М. Формы актуализации традиционной народной культуры в современных этнокультурных проектах // Всероссийский конгресс фольклористов: сб. научных статей. – Москва: Гос.респ.центр рус.фольклора, 2019. – № 4. – С.158-161.

267. Сапонов, М.А. Менестрели. Книга о музыке средневековой Европы. – Москва: Классика XXI в., 2004. – 400 с.

268. Сараева, Л.Б. Феномен музыкального фольклора: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. философских наук: 24.00.01 / Л.Б. Сараева; [Место защиты: Белгородск.гос.ун-т]. – Белгород, 2006. – 24 с.

269. Седак, М. Сущность и содержание теории менеджмента // Международный журнал Проблемы теории и практики управление. – № 3/98 URL: <https://www.PTPU.ru> (дата обращения 20.10.2021).

270. Седухин, Б.В. Народная культура: состояние и тенденции развития: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / Б.В. Седухин; [Место защиты: Акад.переподг.раб.искусства, культуры и туризма]. – Москва, 2004. – 28 с. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01003241150?page=5&rotate=0&theme=white> (дата обращения 07.06.2023).

271. Селицкий, А.Я. Дмитрий Покровский «Не фольклор гибнет, а люди без него» // Южно-Российский музыкальный альманах. – Ростов-на-Дону: Ростовск.гос.консерватория им. С.В. Рахманинова, 2006. – № 1. – С. 207–209.

272. Селицкий, А.Я. Российский музыкант в новом социокультурном мире: Проблемы адаптации // Фундаментальные исследования. – Москва: Пенза: Академия естествознания, 2005. – № 10. – С. 110–111.

273. Словарь иностранных слов / под ред. И.В. Лехина, С.М. Локшиной, Ф.Н. Петрова (главный редактор) и Л.С. Шаумяна. – Изд.6-ое, перераб.и доп. – Москва: Советская Энциклопедия, 1964. – 784 с.

274. Снежинская, М.Г. Музыкальная индустрия в эпоху больших данных: перспективы социологических и маркетинговых исследований // СНИСП. – Москва: Институт социологии ФНИСЦ РАН, 2018. – № 4 (24). – С. 161–172.

275. Снежинская, М.Г. Музыкальная индустрия как социокультурный феномен: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. социологических наук: 22.00.06 / М.Г. Снежинская; [Место защиты: ФГБОУ ВО Российский гос.гуманитарный ун-т]. – Москва, 2019. – 24 с.

276. Современное состояние фольклора. URL: <https://cyberleninka.ru/search?q=%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5%20%D1%81%D0>

%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D1%84%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D1%80%D0%B0&page=1 (дата обращения 27.06.2022).

277. Соколов, Ю.М. Русский фольклор. – Москва: Учпедгиз, 1938. – 562 с.

278. Солодовникова, Н.В. Традиции и новации в народной художественной культуре: дис. на соиск. уч. ст. канд. философских наук: 24.00.01 / Н.В. Солодовникова; [Место защиты: Белгородск.гос.ун-т]. – Белгород, 2006. – 152 с.

279. Сохор, А.Н. Вопросы социологии и музыкальной культуры. – Москва: Изд-во Советский композитор, 1975. – 48 с.

280. Сохранение фольклора. URL: <https://cyberleninka.ru/search?q=%D1%81%D0%BE%D1%85%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D1%84%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D1%80%D0%B0&page=1> (дата обращения 27.07.2022).

281. Социальное проектирование в сфере культуры: Игровые методы: сб. науч. тр. / М-во культуры РСФСР, Акад. наук СССР, НИИ культуры ; сост. и науч. ред. И.В. Жежко. – Москва [Б.и.], 1987. – 173 с.

282. Социальное проектирование в сфере культуры: Методологические проблемы / сост. Д.Б. Дондурей. – Москва: НИИК, 1986 (1987). – 176 с.

283. Социальное проектирование в сфере культуры: От замысла к реализации / М-во культуры РСФСР, АН СССР, НИИ культуры ; сост. и науч. ред. Д. Б. Дондурей. – Москва: Научно-иссл. ин-т культуры, 1988 (1989). – 192 с.

284. Социальное проектирование в сфере культуры: Прорыв к реальности: сб. науч. тр. / М-во культуры РСФСР, АН СССР, НИИ культуры ; отв. ред. и авт. предисл. Д.Б. Дондурей, И.В. Жежко – Москва: НИИК, 1990. – 432с.

285. Социологический словарь / отв. ред Г. В. Осипов, Л. Н. Москвичев. – Москва: Норма: Норма-Инфра, 2000. – 480с.
286. Спицына, Е.И. Традиции русского фольклора в современной культуре детства: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. исторических наук: 24.00.01 / Е.И. Спицына; [Место защиты: Волгогр.гос.мед.ун-т]. – Волгоград, 2018. – 30 с.
287. Степанов, В. Н. Медиастратегии культурно-образовательного центра им. Ивана Дмитревского в социальных сетях // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени : сборник научных статей по итогам IV Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 10-11 марта 2022 г. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2022. – 182 с. – С. 142–144.
288. Степина, Т.Л. Социокультурное проектирование. – Ульяновск: УаГТУ, 2009. – 24 с.
289. Стрекаловская, З.А. Современные культурные практики сохранения олонхо: дис. на соиск.уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / З.А. Стрекаловская; [Место защиты: Забайкальский гос.ун-т]. – Чита, 2020. – 152 с. : ил.
290. Суминова, Т.Н. Арт-менеджмент в контексте индустрии досуга // Вестник МГУКИ, 2019. – С.128-134.
291. Суминова, Т.Н. Арт-менеджмент как ресурс креативной экономики // Труды СПбГИК, 2021. – Т 223. – С. 37–45.
292. Суриков, В. Стриминговые сервисы: как они нас изменили // Эксперт. URL: <https://expert.ru/expert/2020/04/strimingovyie-servisyi-kak-oni-nas-izmenili/> (Дата обращения 10.05.2022).
293. Сулова, Л.В. Опыт исследования электронной музыки: (на примере творчества Э. Артемьева): автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. искусствоведения / Л.В. Сулова; [Место защиты: Моск.гос.конс.им. П.И. Чайковского]. – Москва, 1994. – 23с.

294. Сыромятникова, А.С. Становление рок-музыки как культурного пласта // Культура. Духовность. Общество. – Новосибирск: ЦРНС, 2014. – № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/stanovlenie-rok-muzyki-kak-kulturnogo-plasta/viewer> (дата обращения 21.10.2022).

295. Сысоева, Г.Я. Фольклор на сцене. – Воронеж: Воронежский госуд.институт искусств, 2020. – Вып.4. – 54с: ноты.

296. Татаринцева, Е.А. Восстановление празднично-обрядовой культуры в современных условиях // Аналитика культурологии. – Томбов: ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный ун-т им. Г.Р. Державина», 2012. – № 24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vosstanovlenie-prazdnichno-obryadovoy-kultury-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения 27.07.2023).

297. Татарникова, М.Д. Возможности и перспективы развития арт-менеджмента в условиях популяризации современного искусства в России // Молодой ученый. – Казань: ООО «Молодой ученый», 2020. – № 11 (301). – С. 206-210.

298. Татарский, П.А Реинтерпретация текстов культуры: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / П. А. Татарский; [Место защиты: Краснодар.гос. ун-т культуры и искусств]. – Краснодар, 2010. – 23 с.

299. Татищев, В.Н. История Российская. URL: https://librebook.me/istoriia_rossiiskaia_chast_1/vol1/5 (дата обращения 11.06.2023).

300. Таюшев, С.С. Тенденции массовизации классической музыкальной культуры на рубеже XX-XXI вв.: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / С.С. Таюшев; [Место защиты: Костром.гос.ун-т им. Н.А. Некрасова]. – Москва, 2010. – 27 с.

301. Тейлор, Ф.У. Принципы научного менеджмента / пер.с англ. А.И. Зак. – Москва: Контроллинг изд-во стандартов, 1991. – 104 с.

302. Текст песни «Йовано, Йованке». URL: <https://pesni.guru/text/болгарская-народная-песня-йовано-йованке> (дата обращения: 17.01.2021).

303. Текст песни «Сухотушка, сухота» URL: https://m.vk.com/topic-160318831_46864295 (дата обращения 16.10.2022)
304. Текст песни «Черный ворон». URL: <https://2009.kaz-krug.ru/pesniarch/67-cherniivoron.html> (дата обращения: 19.01.2021).
305. Темнова, Д.И., Булавина, Е.Ю. Интерактивный маркетинг: влияние на продвижение музыкальных проектов в эпоху диджитализации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – Новосибирск: ООО «Капитал», 2021. – № 8-2. – С. 59-61.
306. Тиори, Т., Фрай, Дж. Проектирование структур баз данных. – 2 Т. – Москва: Мир, 1985. – С. 287+320.
307. Товб, А.С. Ципес, Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. – Москва: Олимп-Бизнес, 2003. – 240 с.
308. Тощенко, Ж.Т., Аитов, Н.А., Лапин, Н.И. Социальное проектирование – Москва: Мысль, 1982. – 254 с.
309. Тульчинский, Г.Л., Шекова, Е. Л. Менеджмент в сфере культуры. – Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2009. – 528 с.
310. Указ президента РФ от 30.12.2021 № 745 «О проведении в РФ Года культурного наследия». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112310115> (дата обращения 13.09.2022).
311. Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405579061/> (дата обращения 8.06.2023).
312. Управление проектами: фундаментальный курс / под ред. В.М. Аньшина, О.Н. Ильиной. – Москва: Изд.дом Высшей школы экономики, 2013. – 796с.
313. Устинова, В.А. Сущность и понятие арт-менеджмента // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. –

Новосибирск: ЦРНС, 2015. – №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-ponyatie-art-menedzhmenta> (дата обращения: 22.06.2021).

314. Ухова, Л. В. Маркетинговый дискурс: «продвигающий» текст в цифровой среде // Человек и его дискурс – 6: Дигитализация коммуникативных практик : Коллективная монография / Карасик В.И., Красных В.В., Маслова В.А., Гагаев П.А., Гагаев А.А., Осьмушина А.А., Куссе Х., Гришаева Л.И., Зайцева И.П., Клушина Н.И., Желтухина М.Р., Радченко О.А., Факторович А.Л., Привалова И.В., Ухова Л.В., Ширяева О.В., Рацибурская Л.В., Попова Т.Г., Агапова С.Г., Поляян А.В. и др. – Москва-Волгоград: Общество с ограниченной ответственностью «ПринТерра-Дизайн», 2020. – 384 с. – С. 117–127.

315. Файоль, А. Общее и промышленное управление / пер.с франц. Б.В. Бабина-Кореня – Москва: Центральный институт труда, 1923. – 122 с.

316. Феоктистов, Ф.П. Тенденции современной электронной музыки в контексте постмодернизма // Вестник МГУКИ, 2016. – № 5 (73). – С. 127-131.

317. Фиденко, Ю.Л. Специфика фольклора как особого типа культуры. – Владивосток: ДВГИИ, 2014. – 2 изд.с доп. – 29 с.

318. Философский словарь / под ред. Г. Шишкоффа. URL: Философский словарь [пер. с нем.] /под редакцией Г.Шишкоффа. – Москва: Иностранная литература. – 1961. (дата обращения 20.07.2022).

319. Флиер, А.Я. Социокультурный прогноз на XXI век // Культурология для культурологов. – Москва: академический проект, 2002. – 492 с.

320. Фольклор // Большая совет. энцикл: в 30 т. – Москва: Совет. Энцикл., 1969-1978. – Т.27. – С.516.

321. Фольклор и фольклоризм в меняющемся мире: сб. ст. / ред.-сост. Л. П. Солнцева. – Москва: Государственный инст. искусствознания, 2010. – 366 с.

322. Фольклор как птица феникс // Истра РФ, 2016. URL: <http://pokrovsky-ensemble.ru/ru/media/press/articles#top> (дата обращения 25.07.2023).

323. Форд, Г. Моя жизнь, мои достижения / пер.с англ. Е.А. Бакушева. 5-е изд. – Минск: Попурри, 2014. – 352с.

324. Ханика, Ф. де П. Новые идеи в области управления: руководство для управляющих / пер.с англ. А.И. Гомана; общ.ред. Г.Х. Попова. – Москва: Прогресс, 1969. – 124с.

325. Хилл, П. Наука и искусство проектирования. Методы проектирования, научное обоснование решений / пер. Е.Г. Коваленко. – Москва: Мир, 1973. – 264с.

326. Холкомб, Р. Дж. Теория происхождения теории общественных благ // Экономическая политика. – Москва: АНО «Редакция журнала «Экономическая политика», 2015. – Т.10. – №4. – С.197–206.

327. Хомич, Н.В. Актуализация фольклора забайкальских старообрядцев в современных условиях // Вестник Бурятского государственного университета. Филология. – Улан-Удэ: изд-во Бурятского ун-та, 2020. – С.75- 81.

328. Цукер, А.М. История музыки сквозь призму менеджмента // Проблемы менеджмента в сфере академической музыки: сб. ст. – Москва: «Композитор», 2010. – С. 146–157.

329. Цукер, А.М. Массовая музыка и музыкальная критика // Южно-Российский музыкальный альманах. – Ростов-на-Дону: ФГБОУ ВО «Ростовская государственная консерватория им. С.В. Рахманинова», 2021. – № 4 (45). – С. 25–32

330. Цукерман, В.С. Народная культура как социальное явление: дис. на соиск. уч. ст. доктора философских наук: 09.00.01 / В.С. Цукерман; [Место защиты: Челябинский государственный институт культуры] – Челябинск, 1984. – 403с.

331. Черч, Г. Основы управления производством / Сокращенный пер. с англ. А. Ромма. – Москва: НКРКИ СССР, 1927. – 103с.
332. Чеснов, Я.В. Философская антропология народной культуры – Москва: Канон + РООИ «Реабилитация», 2014. – 496 с.
333. Чистов, К.В. О некоторых проблемах фольклористики // Советская этнография. – Москва: Наука, 1954. – № 2. – С.105-111.
334. Чистов, КВ. Фольклористика и современность // Советская этнография. – Москва: Наука, 1962. – № 3. – С.3-17.
335. Шак, Ф.М. Джаз и массовая музыка в социокультурных процессах второй половины XX – начала XXI в: автореферат дис. на соиск. уч. ст. доктора искусствоведения: 17.00.02 / Ф.М. Шак; [Место защиты: Ростовская государственная консерватория им. С.В. Рахманинова] – Москва, 2018. – 49 с.
336. Шак, Ф.М. Социокультурные особенности аудитории отечественного рока // Массовая музыка и джазовое исполнительство в современной культуре: Материалы Международной научно-практической конференции – Краснодар: ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры», 2016. – 162 с. – С. 10–16.
337. Шапинская, Е.Н. Массовая культура: теории и практики. – Москва: Согласие, 2017. – 158 с. URL https://docs.yandex.ru/docs/view?url=https://www.phantastike.com/other/mas_kultura/doc/ (дата обращения 28.05.2022).
338. Шаповалов, С.В. Динамика социокультурных ценностей рок-музыки: автореферат дис. на соиск. уч.ст. канд. философских наук: 24.00.01 / С.В. Шаповалов; [Место защиты: Южный федеральный университет]. – Ростов-на-Дону, 2010. – 27с.
339. Шаховской, А.П. Фольклор в композиторском творчестве // Актуальные проблемы высшего музыкального образования. – Нижний Новгород: ФГБОУ ВО «Нижегородская государственная консерватория им. М.И. Глинки», 2014. – №2 (32). – С. 39-42.

340. Шейко, А.В. Российский рынок популярной музыки: структура, функционирование, пути развития: дис. на соиск. уч.ст. канд. философских наук: 24.00.01 / А.В. Шейко; [Место защиты: Государственный институт искусствознания]. – Москва, 1999. – 151с.

341. Шекова, Е.Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций. – Санкт-Петербург: Лань, 2004. – 191с.

342. Шеллинг, Ф.В.Й. Философия искусства. – Москва: Мысль, 1999. – 893с.

343. Шестаков, В.П. Музыкальная эстетика западноевропейского средневековья и Возрождения. – Москва: Музыка, 1966. – С. 5-92. URL: <http://early-music.narod.ru/biblioteka/estetika-shestakov-ma2.htm> (дата обращения 02.07.2023.).

344. Шибанова, М.П. О функциях повторяемости в поэтическом языке фольклора. – Воронеж: Вантит. URL: <http://vantit.ru/popular-culture-and-the-problems-of-its-study/425-o-funksijah-povtorjaemosti-v-poeticheskom-jazyke-folklora.html> (дата обращения 10.02.2022).

345. Шилова, О.Е. Анализ функционирования «арт-менеджмента» в сфере музыкального искусства // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – Москва: ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры», 2015. – № 1 (16). – С. 44-47.

346. Шилова, О.Е. Дидактические особенности изучения арт-менеджмента студентами музыкальных специализаций в вузах культуры и искусств: автореферат дис. на соиск. уч. ст. канд. педагогических наук: 13.00.08 / О.Е. Шилова; [Место защиты: Московский государственный университет культуры и искусств]. – Москва: МГУКИ, 2006. – 25 с.

347. Шилова, О.Е. Педагогическая технология обучения музыкальному менеджменту. – Москва: Моск. гос. ун. культуры и искусств, 2006. – 16 с.

348. Широкова, Н.А. Проблемы изучения постмодернистских тенденций в области джазового искусства // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – Санкт-Петербург: ФГБОУ ВО «Российский университет им. А.И. Герцена, 2011. – № 130. – С. 295-302.

349. Шулин, В.В. Музыкально-эстрадное дело в России: от антрепренера к продюсеру // Вестник СПбГИК. – Санкт-Петербург: ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры», 2012. – № 1. – С. 149-155.

350. Щуров, В.М. К теории ритма в народной русской музыке: концепция К. Квитки, А. Рудневой, Е. Гиппиуса и некоторые спорные новейшие воззрения // Памяти Л.Л. Христиансена: сб. научн. ст. по материалам Всероссийских научн. чтений, посвященных Л. Л. Христиансону; ред. С. П. Шлыкова. – Саратов: Саратовская государственная консерватория им. Л.В. Собинова, 2005. – 363 с. – С. 161-181.

351. Щуров, В.М. О региональных традициях в русском народном музыкальном творчестве // Музыкальная фольклористика. – Москва: Советский композитор, 1986. – Вып.3. – С.11-47.

352. Щуров, В.М. Русская песня вчера, сегодня и завтра (к вопросу о диалектике стабильного и мобильного в русском песенном фольклоре) // Музыка устной традиции: материалы междунар. научн. конференций памяти А.В. Рудневой. – Москва: Московская государственная консерватория им. П.И. Чайковского, 1999. – С. 36-45.

353. Эванс, Дж., Берман, Б. Маркетинг – Москва: Экономика, 2000. – 308с.

354. Экономические основы арт-менеджмента / сост. Л. Ф. Трацевская – Витебск: ВГУ им. П.М. Машерова, 2021. – 79с.

355. Эммерсон Г. Двенадцать принципов производительности / пер. с англ. – Москва: Экономика, 1992. – 224с.

356. Энциклопедический словарь маркетолога / ред. Демченко С. Г. – Казань: Познание, 2014. – 363с.

357. Юнг, К. Архетип и символ. – Москва: Renaissance IV Ewos&D, 1991. URL: <https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/psihologiya/322806-karl-yung-arhetip-i-simvol.html> (дата обращения 23.06.2022).

358. Юсупова, Н.М. Фольклорные символы как источник символизации у татар (на материале орнитоморфной и цветовой символики) // Вестник Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина. – Рязань: Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина, 2016. – №4 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/folklornye-simvoly-kak-istochnik-simvolizatsii-u-tatar-na-materiale-ornitomorfnoy-i-tsvetovoy-simvoliki/viewer> (дата обращения 07.02.2021).

359. Ядрышева, Л.Г. Фольклор и постфольклор в культурных практиках повседневности: автореф. дис. на соиск. уч. ст. канд. культурологии: 24.00.01 / Л.Г. Ядрышникова; [Место защиты: Екатеринбург: Ур. Гос. ун-т им. А.М. Горького]. – Екатеринбург: Ур. Гос. ун-т им. А.М. Горького, 2008. – 28с.

360. Якута, Д.В. Маркетинг как основной инструмент продвижения музыкального продукта в условиях отечественного шоу-бизнеса // Язык. Общество. Медицина: материалы XVIII Республиканской студенческой конференции. – Гродно: Гродненский государственный медицинский университет, 2019. – С.367-370.

361. Ярошенко, Н.Н. История и методология теории социально-культурной деятельности. – Москва: МГУКИ, 2007. – 360с.

362. Яшин, И.И. Этнокультурные фестивали и этнопарки как инструмент духовно нравственного воспитания молодежи // Этнодиалоги. – Москва: Этносфера, 2021. – №1 (63). – С. 296-301.

363. Butler M. Unlocking the Groove: RRhythm, Meter, and Musical Design in Electronic Dance Music. Bloomington: Indiana University Press. 2006. 346 p.

364. Capell L. Ivent management for dummies. Publisher: John Wiley & Sons Limited. 2013. 336 p.
365. Dynamik Administration: The Collected Papers of Mary Follet / ed. By H.C. Metcalf and L.Urwick. New York: Harper & Row. 1942. Pp. 214-215.
366. Davis S.M. Managing Corporate. Cambridge. 1986. 100 p.
367. Donald S. Passman All you need to know about the Mucic Business. London. 2014. 519p.
368. Follett M.P. Creative Experience. Publisher: Martino Fine Books, 2013. – 324 p.
369. Follett M.P. Prophet of Management. – Publisher: Beard Books, 2003. – 332 p.
370. Gruning J.E., Hunt, T. Managing Public Relations /J.E. Gruning, T. Hunt – New York: Holt, Rinehart & Winston, 1984. – 89 p.
371. Hesmondhalgh D. Popular Music Studies. London: Bloomsbury Publishing. 2002. 272 p.
372. Hodgetts R. Management: Theory, Process, and Practice. California: University of California. 1975. 603 p.
373. Munsterberg H. Psychology and Industrial Efficiency.Serenity Publishers, LLC. 2011. 166 p.
374. Reiss A.H. The arts management reader. New York: Marcel Dekker. 1979. 123p.
375. Simmel G. The Philosophy of money. L: Routledge & Kegan Paul. 1990. 123p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Опрос, раскрывающий особенности восприятия авторских и народных текстов

Опрос проводился в социальных сетях среди широкой аудитории, состоящей из контингента людей различных специальностей, в основном не относящихся к народной культуре. Опрос прошли 50 человек. Суть опроса заключалась в узнавании/определении традиционных текстов, то есть текстов, так или иначе относящихся к народной традиции, и выявлении признаков и характерных черт, по которым происходила данная идентификация.

Опрашиваемым предлагалось 8 произведений, среди которых были 4 текста народных песен и 4 авторские текста. К текстам прилагалось 10 вопросов к каждому. Вопросы были направлены, в первую очередь, на идентификацию традиционных текстов, а, во-вторых, на определение конкретных признаков (образная система, средства художественной выразительности, структурные особенности текста), наличие или отсутствие которых позволило респондентам определить тексты, как фольклорные.

Вопросы:

- 1) Воспринимаете ли Вы данный текст как традиционный?
- 2) Если да, то по каким признакам Вы это определили (будет предложено несколько вариантов) Используются ли характерные образы?
- 3) Используется ли эмоционально-экспрессивная речь?
- 4) Используется ли персонификация природы или неодушевленных предметов (поэтический параллелизм)?
- 5) Используются ли уменьшительно-ласкательные суффиксы?
- 6) Используются ли устойчивые эпитеты и метафоры?
- 7) Используется ли ступенчатое сужение образа? Или выделения единичного из множества?

- 8) Характерная структура стиха (стих по структуре воспринимается, как традиционный)
- 9) Используется ли узнаваемая символика?
- 10) Присутствуют ли в тексте архаизмы?

Тексты

Текст 1

«Морошка» композитор и автор слов С. Войтенко.

Эй, пролетает путь-дорожка,
Эй, цветет ягода морошка.
Эй, а я дома все сижу одна
Эй, лесо – поле переедешь,
Эй, до любимой ты доедешь.
За околицей стоит весна.

Текст 2

«Лебедь» слова А. Смирнова, музыка Ж. Кузнецова

То не волны стонут тёмные,
То не тучи ходят чёрные.
С поднебесья коршун кинулся,
Налетел на лебедь белую.

Он клевал ей очи ясные,
Грудь ей рвал когтями острыми:
И летели вокруг пёрышки,
Алым цветом рассыпаясь...

Текст 3

«Твоего любимого что-то не слышать» автор Д. Ревякин

Твоего любимого что-то не видеть,
Голоса знакомого что-то не слышать.
Не идут его сваты толковать с отцом,

Породниться не зовут Свадебным венцом.
Ое-ей, как вы длинны, Темны ноченьки.
Потускнели, приуныли Ясны оченьки
Видно суждено тебе Горе-горюшко,
Быть немилому женой, – Доля-долюшка.

Текст 4

Историческая лирическая песня «Вечерок вечерается»

Вечерок-то вечерается,
Красно солнышко закатается.
За горы, да за высокие,
Да за леса, да леса темныя,
Леса темныя, разосиновые.
Наступает на нас ночка темная,
Ночка темная, разосенная.
Нам казаченькам, да худо дремлется,
Кавалерикам сон на ум не йдет.

Текст 5

«Девица отравила молодца» Из сборника «Песни, записанные П.В. Киреевским в Московской, Тульской, Орловской, Калужской и Рязанской губерниях» П. Киреевский.

Пойду с горя в лес дремучий,
Разгуляюсь, молола.
Ничего в лесу не видно,
Ничего и не слышать,
Только видно было, слышно
Одно стадо лебедей;
Все лебедушки попарно,
А мне, молодой, пары нет!

Текст 6

«Взгляну молодец» Орловская губерния, из сборника «Собрание песен П. Киреевского» П. Киреевский.

Взгляну, взгляну молодец
Вдоль улицы на конец.

Уж и вон моя сударушка
Сама ко мне идет,
Кубец меду несёт.
Вот я сам меду не пью,
Всю компанью обнесу,
Сударушке поднесу!

Текст 7

Былина «Из-за моря, моря синего».

Из-за моря, моря синева,
Из глухоморья зеленова,
От славного города Леденца,
От того-де царя заморскаго
Выбегали-выгребали тридцать кораблей,
Тридцать кораблей один корабль
Славнова гостя богатова,
Молодца Соловья сына Будимеровича.
Хорошо корабли изукрашены,
Один корабль полутче всех.

Текст 8

Песня из репертуара ансамбля «Пелагея» «Степь» слова С. Ханова, музыка
П. Дешура

Кони ржут, котел бурлится,
Дым от трубочки клубится.
Каша, брага, песня, пляс,
И зыбко в предрассветный час.
Ой казак, гуляй пока,
Дай поспать своим врагам,
Но в поле диком есаул
Опять зовет зарю.

Результаты исследования.

Текст № 1 (авторский). 6% респондентов отнесли текст к авторскому, остальные 94% – к фольклорному, характерными чертами при этом были

отмечены: использование характерных образов природы, узнаваемой символики, эмоционально-экспрессивной речи.

Текст № 2 (авторский). Все опрошиваемые отнесли текст к традиционному, характерными чертами отметив: персонификацию природы, устойчивые эпитеты, узнаваемую символику, художественно-поэтический параллелизм.

Текст № 3 (авторский). 12% опрошенных ответили, что текст авторский, остальные 88% идентифицировали как традиционный, характерными чертами которого выделили: устойчивые эпитеты и метафоры, художественно-поэтический параллелизм, эмоционально-экспрессивную речь, характерную структуру стиха.

Текст № 4 (фольклорный). Все участники опроса идентифицировали текст как традиционный, отметив наличие ступенчатого сужения образа, архаизмов, символики, устойчивых эпитетов и метафор.

Текст № 5 (фольклорный). 10% ответили, что текст авторский, остальные 90 определили его как фольклорный с характерными чертами: ступенчатое сужение образа, уменьшительно-ласкательные суффиксы, устойчивые эпитеты и метафоры.

Текст № 6 (фольклорный). Все опрошиваемые отнесли текст к фольклорному, выделив характерную структуру стиха, уменьшительно-ласкательные суффиксы, архаизмы, эмоционально экспрессивную речь.

Текст № 7 (фольклорный). 8% ответили, что текст авторский, остальные 92% – традиционный, указав признаками ступенчатое сужение образа, эмоционально экспрессивную речь, архаизмы, узнаваемую символику, художественно-поэтический параллелизм, характерную структуру стиха.

Текст № 8 (авторский). 14% опрошенных определили текст, как авторский, 86% как фольклорный, отметив признаками устойчивые эпитеты и метафоры, характерную структуру стиха, эмоционально экспрессивную речь.

По результатам исследования в основном все тексты опрашиваемые отнесли к традиционным. Таким образом, мы можем констатировать, что тексты как традиционных, так и авторских песен и стихов при наличии характерных признаков идентифицируются традиционными. При этом мы выявили, что идентификаторами традиционности текста выступают наличие художественно-поэтического параллелизма, олицетворения явлений природы, использование сравнений и устойчивых эпитетов, народной символики, ступенчатого сужения образа или выделения единичного образа из множественного, а так же устойчивые эпитеты и метафоры, эмоционально экспрессивная речь. Однако присутствие конкретных приемов и средств художественной выразительности было по-разному опознано и трактовано каждым из участников опроса.

Приложение 2. Интервью с музыкальным руководителем ансамбля Д.В. Покровского и директорами ансамбля «Русская песня»
(приводятся с устного разрешения интервьюируемых)

Фрагмент интервью с музыкальным руководителем Ансамбля Дмитрия Покровского – Марией Нефёдовой (сентябрь 2021)

Автор: В чем основная концепция ансамбля? Претерпевала ли изменения основная идея, сформулированная Д.В. Покровским?

Музыкальный руководитель: Глобальная идея в том, что нет отдельно народной и академической музыки. Существует одна общая русская музыка, которая корнями уходит в почву – фольклор и питается им. Корни – традиционная музыка, ствол и ветви – классическая музыка, а крона, плоды – уже авангард. Современные композиторы, сразу распознав в музыкальном творчестве Ансамбля, созданного Дмитрием Покровским в 1973г для практического изучения народной музыки во всём разнообразии её манер и стилей, нечто новое, неординарное, свойственное авангардному мышлению, стали писать музыку специально для него. Так, с самого своего начала Ансамбль стал исполнять и народную, и авторскую музыку, вдохновлённую фольклором, подтверждая этот тезис Покровского. У Ансамбля уникальная энергетика и особые подходы к исполнению произведений. В этом году (2021) портал Культура записал видео нескольких наших концертных программ. Это и фольклорные – Масленица и Весенне-летние праздники, и программа, посвящённая Отечественной войне 1812г с классическими романсами и народными песнями, программа «наш Пушкин» с современной и традиционной музыкой, программа советских песен военных лет, а также программа с произведениями современных молодых композиторов, написанными ими недавно специально для нашего ансамбля. Этот спектр демонстрирует всё разнообразие музыкальных интересов коллектива, его творческие возможности и потенциал.

Автор: Есть ли какие то различия в программах на отечественной сцене и гастрольных версиях?

Музыкальный руководитель: Практически нет. Но, когда с конца 80-х появились гастролы за рубеж, чаще стали на сцене использоваться женские традиционные костюмы, потому что они и зрительно подкрепляли для иностранного зрителя фольклорную музыкальную направленность коллектива. Нас очень часто критиковали за то, что наши народные костюмы не полные, нет головных уборов, традиционной обуви. Но ведь мы – не аутентичные исполнители, мы – артисты, у нас другая задача. Это концерт, и это – наши сценические костюмы. В 80-90х годах Дмитрий Покровский на сцену надевал классический костюм, мужская группа чаще тоже была в светской одежде, а вот женщины выходили в традиционных костюмах разных областей России. Это, кстати, отражало ситуацию, начавшуюся ещё с конца 19 века: мужчины, уходя на заработки в город, в армию, отказывались от своей традиционной одежды, а женщины были более консервативны, они и сохранили народный костюм почти до наших дней.

При этом Ансамбль никогда не позиционировался Покровским как фольклорный или, тем более, этнографический. Ведь аутентичные различные региональные традиции, исполнительские манеры и стили живут и развиваются только там, где они родились. У одной и той же песни в разных регионах свои варианты. Даже в разных деревнях одной и той же области конкретную песню споют по-разному. Донской казак, например, не сможет спеть одну песню вместе с архангелогородцем – у них разные музыкальные диалекты, по выражению Покровского. Задача же Ансамбля – научиться «разговаривать» на этих разных диалектах для того, чтобы во время концерта суметь представить публике, часто далёкой от родного фольклора, всю красоту, сложность и многообразие нашей традиционной музыки. Показать, что у этой музыки нет времени, что она не пыльная музейная реликвия, а, наоборот, что она живая и современная, она актуальна всегда, она живет вопреки всем цивилизационным новациям. Просто она видоизменяется,

развивается и подстраивается под определенный социокультурный контекст. Это естественный процесс. Уходили одни жанры, им на смену приходили и оставались те, которые были необходимы социуму в конкретный промежуток времени. Фольклор ведь очень функционален. При этом традиция сохраняется – в той или иной степени – и передается новым поколениям. Это мы наблюдали во время своих многочисленных экспедиций. Кстати, практически всё, что мы поём – это не реконструкция, а то, что во время них было записано. В некоторые места мы ездили не один раз, конечно, наблюдая и фиксируя спустя длительный промежуток времени определённые изменения. Притом, что многое, естественно, стирается, упрощается, ключевые региональные особенности, основные каноны традиции остаются неизменными.

Дмитрий Покровский стремился доказать, что народная культура – культура для всех. Он, музыкант с высшим музыкальным образованием, был поклонником авангардной музыки (Штокхаузена, Кейджа), стажировался как симфонический дирижер, когда случайно попав в маленькую северную деревню, впервые услышал подлинное народное пение. Его поразило это абсолютно вневременное состояние и неожиданно современное звучание непривычных ладов. Этому не учили в музыкальных учебных заведениях. Где же так можно научиться петь, двигаться, общаться, думать? И тогда он решил понять – может ли профессиональный музыкант, горожанин, человек с совсем другим жизненным опытом этому научиться, сумеет ли понять и освоить это удивительное искусство. С этой целью и создавался Ансамбль как эксперимент для изучения и освоения различных традиций народного музыкального исполнительства. Так при Фольклорной комиссии Союза композиторов РСФСР возник экспериментальный Ансамбль народной музыки. Когда Ансамбль начал свой творческий путь – это, правда, был переворот в сознании общества. Подлинно научное изучение фольклора соединилось с его профессиональным исполнением, мощная звуковая

энергетика артистов в корне меняла привычное отношение к фольклору, как к чему-то скучному и отлакированному. Начался всплеск интереса к своей настоящей забытой культуре, в первую очередь, у молодёжи. Поэтому к Ансамблю сразу стали присматриваться и композиторы, и театральные и кино режиссёры. Популярность Ансамбля Покровского в те годы, пожалуй, сравнима была с популярностью современных эстрадных звезд.

При этом Покровский говорил о том, что каждый современный человек способен познать и освоить традиционную культуру на определённом уровне. Безусловно, как и в любом искусстве, есть мастера, у которых надо учиться, и есть некая особая система кругов обучения. Ядро – выдающиеся народные исполнители. Чтобы любая традиция развивалась, ее надо не просто сохранить, ее надо развить. Хотя существует до сих пор распространённое мнение, поддерживаемое многими фольклористами, что традицию надо только фиксировать и скрупулёзно копировать, что именно так нужно оберегать и сохранять фольклор. При этом сами народные исполнители из поколения в поколение делали смелые шаги для обновления и развития своей традиции, не изменяя ей.

Автор: менеджер и продюсер в коллективе разные люди? То есть функции управления и художественного руководства кто выполнял в коллективе?

Музыкальный руководитель: Вскоре после своего образования Ансамбль был принят в структуру Росконцерта, в Объединение Художественных Коллективов. Был директор, расписывались гастроли для коллектива. Д.В. Покровский был художественным руководителем. Репертуар утверждался после сдачи-приемки программ квалификационной комиссии. Аттестации происходили достаточно регулярно. После перестройки Ансамбль вошел сначала в структуру Детского фонда, потом фонда Культуры. Затем в последние годы жизни Покровский создал Национальный центр традиционной культуры, куда вошёл Ансамбль, как отдельная единица. В

НЦТК Дмитрий Викторович сам был и Президентом, и художественным руководителем Ансамбля (индивидуальное частное предпринимательство).

Автор: а сейчас какая форма организации? Какие существуют внутренние отделы?

Музыкальный руководитель: После смерти Покровского мы долгое время были Творческой мастерской при Театре на Таганке Юрия Петровича Любимова. Нам представлялась полная творческая свобода. Аналогичная модель взаимодействия у нас с Москонцертом. У нас есть свой директор, администратор, а художественное руководство осуществляют музыкальный руководитель и режиссер, которые являются также солистами коллектива.

Автор: проводятся ли какие маркетинговые исследования аудитории?

Музыкальный руководитель: Социальные сети ведет наш директор, там же идёт реклама на популярных информационных площадках. Но, к сожалению, при таком количестве мероприятий на любой вкус рекламы сейчас явно не достаточно. Для этого нужен человек – не только профессионал в сфере СММ, но и хорошо разбирающийся в тематике и знающий конкретный музыкальный продукт, специфику материала и его продвижения. Мы ведь очень специфичные, нас сложно примерить к определённой аудитории.

Автор: какая среднестатистическая целевая аудитория?

Музыкальный руководитель: сложный вопрос... Мы пробовали определить, но стандартные механизмы не всегда работают. На наших концертах присутствует самая различная публика: и музыканты, и фольклористы, и далёкие от народного искусства люди, и пенсионеры и молодежь... При этом, конечно, мы наблюдаем, что после появления, например, в программе «Доброе утро», или на юбилейном вечере Елены Камбуровой на главных телеканалах, посещения наших концертов увеличивается в разы. Нужно постоянно о себе напоминать.

Автор: какие инструменты были использованы для продвижения коллектива? Что было основным для развития и продвижения творчества коллектива?

Музыкальный руководитель: В 70-80-е годы самый главный инструмент был – молва. Ансамбль был очень популярен, буквально, на устах у всех. Конечно, изначально он стал известен в крупных городах: Москве, Питере, Новосибирске и т.д. И была очень насыщенная гастрольная деятельность. При этом, впервые приезжая в какой то провинциальный город, мы не ожидали увидеть полный зал, но уже на второй концерт билетов было не купить... То есть информация о том, что это надо обязательно видеть и слышать, распространялась по цепочке молниеносно. Статьи в местных газетах были, интервью, иногда встречи на телевидении и радио, но это уже, чаще, после выступлений .

Был период – в 90-е, когда коллектив стал более известен за рубежом, нежели в России. Одной из самых востребованных программ – помимо чисто фольклорных и программ современной музыки, стала «Свадебка» Игоря Стравинского, где Ансамбль показывал, кроме своей версии этого шедевра, фрагменты двух традиционных свадебных обрядов – северно-русского и южно-русского. К тому же мы многие годы плотно сотрудничали с ансамблем “Paul Winter Consort”: совместная программа «Пульс Земли», записанная в 1987 году, была невероятно популярна в США. Этот одноимённый альбом («Earth Beat-Пульс Земли») был номинирован на Грэмми и стал родоначальником волны русского этно. В 1991г Ансамбль по личному приглашению Питера Гэбриэла записал на его студии альбом “Wild field” с русской традиционной музыкой, а одна из песен вошла и в его альбом «Us» . Сейчас и у нас в стране тоже очень развита тенденция объединять этническую музыку с различными современными течениями. Но Ансамбль Покровского был первым во всех экспериментах – и в исполнении классики с использованием технологий народного звукоизвлечения, и в соединении

традиционной музыки с музыкой джазовой и электронной. Ведь еще в 1974 году Ансамбль впервые объединил фольклор и джаз в совместной импровизации с Алексеем Козловым и его «Арсеналом», а в 1980 – с электронными инструментами Эдуарда Артемьева для фильма Н. Михалкова «Родня» .

Автор: а сейчас в этом направлении проходит творчество? Есть ли эксперименты с современным звучанием?

Музыкальный руководитель: Мы постоянно сотрудничаем с современными композиторами. Например, к 40-летию Ансамбля мы выпустили премьеру – «Слово о полку Игореве» . Композитор Алексей Шелыгин соединил наши голоса и традиционные инструменты с звучанием струнного квартета FX и маримбы .

Автор: какие в настоящее время используются инструменты для продвижения коллектива? Как реагирует пресса?

Музыкальный руководитель: Это, безусловно, анонсы и реклама в СМИ. Я тоже лично отправляю материалы, приуроченные к памятным датам, к юбилею Дмитрия Покровского и т.д на различные информационные порталы. Естественно, где-то есть отклики. Так, канал Россия-Культура несколько раз демонстрировал фильм 1993г «Миф Покровского». Иногда информация о наших концертах и премьерах появляется и в новостях телеканалов. Периодически выходят эфиры на различных радиостанциях. К 70-летию Покровского вышел текстовый портал в «Музыкальном калейдоскопе». Если мы куда-то едем на гастроли, то это освещается в местных СМИ и наших соцсетях. Все крупные мероприятия с участием Ансамбля зафиксированы и в статьях, и видеозаписях, которые располагаются на официальном сайте нашего коллектива в разделе Ссылки. Основное продвижение происходит благодаря Интернету – соцсетям, информационным рассылкам, рекламным технологиям Москонцерта, и, конечно, нашим регулярным концертным

программам, освещаемым и анонсируемым на информационных ресурсах города, Москонцерта, коллектива, его участников.

Фрагмент интервью (июль 2021 г.) с одним из экс-директоров ансамбля «Русская песня» под руководством Н.Г. Бабкиной

Автор: Кто придумал концепцию проекта ансамбля «Русская песня» и занимался ее разработкой. В чем суть данной концепции?

Экс-директор: Концептуально и художественный и технологический аспекты разрабатывались Н.Г. Бабкиной. Она создала свой коллектив сама, точно формулируя цели и задачи ансамбля, при этом под воздействием времени, меняющихся социокультурных условий и вкусов и потребностей слушательской аудитории вносились правки, корректировки и видоизменения и в музыкально-художественные, и организационно-продвиженческие решения. Примером данному факту служит замена в сценическом действе музыкантов на хореографическую группу (балет). Данные изменения наблюдаются на протяжении всего функционирования коллектива. Концептуально был избран формат ансамблевого многоголосья. Изначально многоголосье в малом масштабе. В виду гастрольной и выездной концертной деятельности компактность ансамблевого состава является верным и выгодным решением. В зависимости от условий конкретного проекта количество человек в ансамбле варьировалось. Состав при необходимости мог как расширяться, если были на то основания, или уменьшаться, в оптимальном варианте с сохранением качества многоголосья и артистического имиджа ансамбля, то есть коллектив адаптировался под определенные обстоятельства.

Автор: Концепция – реализация – корректировки. Кем реализуются звенья данной цепочки?

Экс-директор: Данная цепочка реализуется компетентными профессионалами (режиссерами, музыкантами, артистами, аранжировщиками, костюмерами, менеджерами и т.д.), однако руководящим и идеологическим звеном была и остается Н.Г. Бабкина. При наличии различных режиссеров, долгое время Л. Гречишникова (режиссер,

постановщик) оставалась для Н.Г. Бабкиной соратником и советчиком в плане режиссуры и сценической постановки.

Автор: Менеджер и продюсер в данном проекте это два разных человека? И кто конкретно в данном проекте формирует идеи развития коллектива? Пересекаются ли и как конкретно область менеджмента и продюсирования между собой?

Экс-директор: Художественный руководитель в данном проекте является и продюсером. С точки зрения менеджмента на первых порах – все осуществлялось одним человеком – директором, который занимался и устройством концертов и гастролей, продвижением ансамбля, пиар компанией и др., однако, Н.Г. Бабкина всегда вникала сама во все вопросы и окончательные решения принимались ей. В 2004 году произошла «реформа» организационно-административной сферы, началось развитие коллектива, были подписаны официальные документы на закрепление статуса ансамбля «Русская песня» как театра, отведено здание под театр, чему способствовал бывший мэр г. Москвы – Ю.М. Лужков. В этот же промежуток времени появляются проекты театра «Русская песня» – фольклорная детско-юношеская студия «Наследие», группа «После 11», затем Евгений Гор и т.д., то есть театр пополняется художественно-творческими единицами. Опять же все изменения художественного аспекта были осуществлены с подачи и под руководством Н.Г. Бабкиной.

Автор: Какие управленческие, организационные и пиар отделы есть в данном проекте? Какой конкретно управленческий персонал обслуживает проект?

Экс-директор: Н.Г. Бабкина как руководитель и идейный вдохновитель очень точно чувствует тенденции времени как в технологическом, так и в музыкальном плане. При этом, привлекая новые молодые кадры и организационные, и творческие, всегда квалифицированные, компетентные и креативные, прислушивается к их мнению. Сейчас штат сотрудников, обслуживающих проект, весьма широкий и включает директора театра,

директора ансамбля, директора Н.Г. Бабкиной, подчиняемые им юридический, бухгалтерский и пиар отделы. Художественная сфера так же представляет разветвленную систему, координирующуюся и подчиняемую Н.Г. Бабкиной, включающую хореографов, музыкальных руководителей, хормейстеров, режиссеров, постановщиков, декораторов и др. специалистов в различных областях, связанных с артистической и сценической деятельностью. Художественный руководитель – Н.Г. Бабкина, всегда участвовала во всех аспектах проекта, не вмешиваясь только в гастрольную логистику. С точки зрения пиар-отдела, так же значительную функцию рекламы выполняет сама Н.Г. Бабкина благодаря постоянному обновлению контента в социальных сетях, личным внутри музыкальным и телевизионным связям, участию во всех значимых государственных и знаковых телевизионных мероприятиях и проектах.

Автор: Проводились ли на начальном этапе маркетинговые исследования или мониторинг рынка, целевой аудитории? Какая среднестатистическая целевая аудитория проекта Надежды Георгиевны Бабкиной?

Экс-директор: Маркетинговые исследования проводились и на начальном этапе и впоследствии. Итоги этих анализов – средне статическая аудитория не поддается жесткой классификации не по возрасту, не по географии, не по социальному статусу. В виду разных элементов в художественном творчестве, охватывающих разную музыкальную стилистику, коллектив хорошо воспринимается и молодежью, и людьми среднего возраста, и детьми. При этом качество материала и уровень исполнительства высоко оценивают и любят профессиональные музыканты различных направлений.

Автор: Какие инструменты были использованы для продвижения данного проекта? Как менялась тактика продвижения, принятая изначально и в связи с какими условиями?

Экс-директор: Первоначально основными инструментами продвижения были – молва, сарафанное радио, что потом стало основой устойчивой положительной репутации ансамбля, и внутри музыкальная коммуникация,

основанная на связях Н.Г. Бабкиной. Позиционирование Н.Г. Бабкиной всегда рассматривалось как единое целое совместно с ансамблем, то есть она мыслила себя с ансамблем «единым организмом». Телевизионное шоу «Модный приговор», в котором Н.Г. Бабкина выступает экспертом, по своей сути является коммерческим проектом, в котором она присутствует как звездный гость – узнаваемая личность, поэтому в его рамках Н.Г. Бабкина – отдельная единица.

Влияние на деятельность музыкальных коллективов оказывает социокультурная политика и конкретная региональная власть. При этом даже телевизионная реклама и трансляции на государственных каналах как главный источник продвижения в музыкальной и в целом артистической среде подвержены воздействию культурной политики. Поэтому важным элементом в функционировании и продвижении этномузыкального коллектива было и остается соответствие формата, цели и задач данного проекта основным направлениям социокультурной политики. Однако в качестве пиар-компаний использовались и не государственные на тот момент каналы, такие как НТВ, Домашний, ТВЦ. Основными технологиями продвижения являются создание и удержание положительной репутации, наработка и развитие внутренних коммуникаций в музыкальной, артистической, телевизионной среде, и, одно из основных направлений – социокультурная активность, выражаемая в участии в государственных, региональных, всероссийских мероприятиях.

Автор: Имеет ли место быть должность имиджмейкера в коллективе?

Экс-директор: Н.Г. Бабкина в этом вопросе больше всего доверяла и прислушивалась к мнению художника и дизайнера по костюмам – Вере Ершовой. Все базовые костюмы-трансформеры (многокомпонентные) для ансамбля были сделаны ей.

Автор: Использовались ли в данных костюмах народные традиции?

Экс-директор: Да, безусловно. Основа всех костюмов – этника, образцы которой взяты из старых экспедиционных архивов, впоследствии

дополненные стилистическими элементами. Сохранена символическая природа традиционных цветов, орнаментов, элементов костюма.

Автор: Кто выбирает музыкальный материал? Согласовывается ли художественный аспект (музыкальный материал, костюмы, постановки, концертные программы) с директорами и менеджерами проекта?

Экс-директор: Изначально практически всю основу репертуара составляют песни, собранные Н.Г. Бабкиной в экспедициях. Эти композиции обрабатывались, аранжировались на современный лад, соотносящийся с актуальными модными тенденциями в музыкальной индустрии. Музыкальный материал согласовывается с менеджерским отделом с точки зрения коммерции. То есть просматривается взаимосвязь художественного, организационного и управленческого и продюсерского отделов. В концертных программах так же всегда учитывается регламентированность временных рамок, вкусов и потребности аудитории, что в значительной мере ложится в виде контроля на организационный отдел проекта.

Автор: Каким образом происходит продвижение коллектива сейчас? Какие инструменты рекламы и продвижения используются в последнее время? Что является наиболее эффективным для данного коллектива как этномузыкального проекта?

Экс-директор: Осуществление идеи фестиваля-марафона «Песни России» является одной из наиболее оптимальных линий продвижения коллектива, которая при этом наилучшим образом реализует главные задачи коллектива как этномузыкального проекта, направленного на претворение основных функций социокультурной политики, популяризацию фольклорного наследия и содействие молодому поколению в реализации своих культурных потребностей. Данный проект был придуман и разработан Н.Г. Бабкиной, который она пролонгировала в Министерстве культуры. В результате данной структурой были выделены средства для реализации проекта «Песни России». Рекламе фестиваля содействовали приглашенные знаковые

коллективы в фольклорной стилистике, государственные и региональные структуры.

Автор: Какие технологии использовались для дистрибуции музыкального материала?

Экс-директор: Изначально дистрибуцией треков и альбомов занималась студия «Союз» (информационная площадка Яндекс), использовались ресурсы различных стриминговых сервисов. С 2012 года пробовали запускать рингтоны, что какого-то значительного финансового дохода не принесло. Основной доход коллектива – концертная деятельность. При этом концертов было всегда много. Коллектив выступал на всех государственных праздниках и мероприятиях. В месяц в среднем было 15-20 мероприятий.

Автор: Как сказывается рейтинг Н.Г. Бабкиной на продвижение ансамбля «Русская песня».

Экс-директор: Напрямую влияния как такового нет, то есть конкретно спрос на участие в государственных концертах весьма изолирован от рейтинга Н.Г. Бабкиной. Но корпоративная линия концертной деятельности подвержена данному влиянию, как и расширение слушательской аудитории проекта.

Автор: Акцент в компании продвижения приходится на медийность Н.Г. Бабкиной или на активацию концертной деятельности коллектива?

Экс-директор: Акцент стоит на медийности личности Н.Г. Бабкиной, потому что по большому счету медийность непосредственно влияет на расширение аудитории, а этномузыкальные коллективы в данном ракурсе сложно поддаются активному телевизионному и радиному Pr.

Автор: Какие еще средства и технологии использовались для продвижения ансамбля?

Экс-директор: Участие в киносъемках было, что в принципе привлекло слушательскую аудиторию. Рекламные коллаборации так же присутствовали в стратегии продвижения и Pr. Все это сказывалось на привлечение аудитории, имидже Н.Г. и ее ансамбля. Так как Н.Г. Бабкина очень активная

социальная личность, она сама «мониторит» новые технологические тенденции, подхватывая их от коллег по артистическому цеху.

Автор: Как вы считаете, благодаря чему ансамбль Н.Г. Бабкиной так долго и успешно функционирует как проект?

Экс-директор: В целом на долгосрочность и успешность ансамбля «Русская песня» повлияло сразу несколько факторов: это и благоприятствующие социокультурные условия, и рациональное сочетание эффективного менеджмента и артистического профессионализма с верно выбранной и оригинально воплощенной художественной концепцией, и, что, наверное самое главное, личность Н.Г. Бабкиной, которая соединяет в себе качества компетентного художественного руководителя, вникающего в основные организационные моменты, а так же чутко воспринимающая и применяющая (внедряющая) новые и эффективные технологии рекламы, продвижения. Именно данное сочетание, сбалансированное по компонентам, и способствовало долгосрочности проекта, его узнаваемости и популярности.

Фрагмент интервью (август 2021 г.) с директором Н.Г. Бабкиной – С. Горохом (официально с 2018 по настоящее время).

Автор: Что является характерной особенностью ансамбля «Русская песня»

С. Горох: Видоизменения, трансформации, согласованные с современными тенденциями музыкального рынка и технологическими наработками, – двигатель прогресса. Н.Г. Бабкина в данном отношении всегда шла и идет в ногу со временем. Пожалуй, эта характерная черта функционирования ансамбля «Русская песня», которая способствовала успешности коллектива и, что также немаловажно, постоянные эксперименты в различных аспектах всегда с интересом воспринимались у разных слоев населения, включая молодое поколение. И конечно, профессионализм и выверенность художественной подачи материала и компетентность всех сотрудников, включая художественный, организационный, маркетинговый отделы. Н. Г. Бабкина постоянно преобразовывает и уже выпущенный репертуар, адаптируя его под новые реалии, добавляя новые элементы, раскрашивая композиции современными приемами. Основу всего репертуара всегда составлял и составляет фольклор, который ансамбль во главе с Н. Г. Бабкиной преподносит по-новому, модно и актуально, но основа остается подлинной, традиционной – наше культурное наследие.

Автор: Как вы считаете, будучи актуальным модным течением за рубежом, этническая музыка может таких же высот достигнуть в отечественном культурном пространстве?

Директор: Да, безусловно. В концертной программе «Голоса вселенной» русский фольклор преподносится ансамблем в различных стилях этнической музыки, синтезируются мелосы разных национальных групп с современным модным звучанием. И надо сказать, этот эксперимент с интересом был воспринят зрителем, имел большой успех у разных сегментов нашей аудитории. Популяризация фольклора – это наша главная цель, главная цель ансамбля «Русская песня» и Н.Г. Бабкиной.

Автор: Какие новые технологии используются для продвижения ансамбля «Русская песня»?

Директор: В связи с расширением проекта, который сейчас включает и сценические постановки, спектакли, и музыкальные проекты, и детскую фольклорную студию «Наследие» и всероссийский фестиваль-марафон и мн.др., весь организационно-административный штат был увеличен. Каждый конкретный проект администрирует менеджер-управляющий, введен новый информационно-маркетинговый отдел, занимающийся рекламой и PR в информационном пространстве. На официальном сайте государственного академического театра «Русская песня» размещена подробная информация о каждом проекте, даны ссылки на ресурсы, содержащие обновления по каждому событию и мероприятию. Активно стали вестись социальные сети и сообщества для постоянной связи со своей зрительской аудиторией. При этом объединяющим звеном для всех проектов и отделов является Н.Г. Бабкина. Она постоянно «мониторит» и модные творческие тенденции в музыкальной и артистической среде, и следит за технологическими новшествами, используемыми для PR и рекламы, а так же для коммуникации со своей слушательской аудиторией. Содействует прогрессу и молодое поколение, регулярно пополняющее ряды ансамбля.

Автор: Какие технологии и инструменты используются сейчас для продвижения ансамбля?

Директор: Нет какого-то одного эффективного и конкретного. Сейчас для продвижения и рекламы ансамбля используются практически все технологии, которые представлены на рынке в технологическом плане. Это и активная реклама в социальных сетях и сообществах, постоянно обновляемый контент на наших платформах и цифровых площадках, SEO продвижение, видео, баннерная реклама и мн.др. До сих пор остается значительным компонентом продвижения – телевизионная реклама. По-прежнему, важным фактором в успешности функционирования,

продвижения и рекламы ансамбля остается репутация и имидж Н.Г. Бабкиной.

Автор: Рассматриваются ли помимо рекламы и других методов продвижения участие в съемках кино, телевизионных проектах?

Директор: Да, конечно. В ближайшее время планируется сразу несколько новых телевизионных шоу, в которых будет принимать участие Н.Г. Бабкина.

Автор: Как вы оцениваете современные средства продвижения музыкального контента? Влияют ли они на медийность и на продвижение музыкального продукта?

Директор: Они необходимы для контакта артиста со своей слушательской аудиторией, в-первую очередь. Благодаря новым технологиям легче, оперативнее и эффективнее осуществляется цепочка артист-творчество-зритель. Появилась большая свобода творчества. Однако все же на медийность и ее градацию оказывают сильное влияние именно телевизионные ротации.

**Приложение 3. Сведения о сравнительном анализе деятельности
этномузыкальных коллективов**

Таблица 1

Сравнительный анализ деятельности Ансамбля Д. В. Покровского и
театра «Русская песня» под управлением Н. Г. Бабкиной

Критерии сравнения	Ансамбль Дмитрия Покровского	Ансамбль «Русская песня» под руководством Н.Г. Бабкиной
Репертуарная политика (интерпретация и реинтерпретация фольклора)	1) Основа репертуара – исполнение традиционного фольклора в приближенном к традиционным образцам виде в импровизационной манере ансамбля, выработанной по технологии народной импровизации	1) Часть репертуара – исполнение традиционного фольклора в приближенном к традиционным образцам виде на основе стилизованных сценических форм его воплощения.
	2) Исполнение традиционных песен в современных аранжировках в стилях этнической музыки: этно-фьюжн, этно-джаз, New age.	2) Исполнение традиционных песен в современных аранжировках в стилях этнической музыки: поп-фолк, этноджаз, этно-фьюжн, фолк-рок, фолк-транс
	3) Исполнение авторских произведений, использующих традиционный фольклор как основной	3) Исполнение авторских произведений, стилизованных под фольклорную традицию

	элемент творчества	
Проектные технологии	1) Художественная концепция – единство музыкальной культуры, основанной на традиционном фольклоре.	1) Художественная концепция – народное многоголосье, основанное на традиционном фольклоре, воплощаемом в сценическом пространстве в соответствии с социокультурной обстановкой, внутри музыкальными тенденциями и культурными запросами общества.
	2) Наличие выстроенной и слаженной организационной структуры.	2) Наличие выстроенной и слаженной организационной структуры.
	3) Фрагментарное внедрение новых актуальных и инновационных технологий проектной деятельности.	3) Регулярное обновление всех организационно-управленческих и административных отделов в соответствии с социокультурной обстановкой, развитием проекта; применение основных инновационных механизмов и инструментов проектной деятельности.
	4) Создание и реализация концертных проектов и	4) Регулярно реализуемые проекты в рамках основ-

	программ в рамках основной деятельности ансамбля	ной деятельности ансамбля, расширение и масштабирование существующих проектов
	5) –	5) Расширение организационно-административной структуры этномузыкального проекта
	6) Оптимизация зоны ближайшего развития в большей степени на этапах создания и реализации проекта.	6) Оптимизация зоны ближайшего развития в большей степени на этапах реализации и продвижения проекта.
	7) Персонифицированность процесса и результатов социокультурного проектирования.	7) Персонифицированность процесса и результатов социокультурного проектирования
	8) Проблемно-целевая ориентация, главная цель – сохранение и актуализация традиционного фольклора.	8) Проблемно-целевая ориентация, главная цель – актуализация и популяризация традиционного фольклора.
	9) На начальном этапе реализация студии художественной самодеятельности при этномузыкальном коллективе	9) Постоянное функционирование и развитие фольклорной детско-юношеской студии при этномузыкальном коллективе
Управленческие	1) Координация основных	1) Координация и внедрение

технологии	художественных, организационных, управленческих и рекламных отделов одним руководящим звеном, на этапах создания и реализации, на этапе продвижения и современного функционирования – группа лиц (режиссер и музыкальный руководитель)	инноваций всех художественных, организационных, управленческих и рекламных отделов одним руководящим звеном, наличие развитой управленческой инфраструктуры 2) Расширение художественно-управленческих полномочий в деятельности руководителя в связи с масштабированием этномузикального проекта, ныне включающего ряд этномузикальных проектов, входящих в структуру театра «Русская песня» под руководством Н.Г. Бабкиной
Технологии продвижения	<p>1) Технологии личного бренда на этапах создания и реализации, фрагментарно на современных этапах</p> <p>2) Технологии брендинга этномузикального коллектива</p> <p>3) Событийный менеджмент</p>	<p>1) Постоянное и успешное претворение технологий личного бренда</p> <p>2) Расширение сфер влияния брендированного этномузикального коллектива</p> <p>3) Событийный менеджмент</p>

	4) Фрагментарное использование технологий имиджологии	4) Технологии имиджологии
	5) Телевизионные и радио эфиры относительно регулярные на начальных этапах и редкие на современном этапе этномузикального проекта	5) Телевизионные и радио эфиры как всего коллектива, так и художественного руководителя на регулярной основе
	6) Использование PR-технологий на ранних стадиях развития этномузикального коллектива	6) Регулярное применение PR-технологий
	7) Современные информационные технологии для продвижения этномузикального коллектива (сайт и скоординированные с ним социальные сети и партнёрские ресурсы; реклама на информационных порталах и дистрибьютерских платформах и т.д.)	7) Современные информационные технологии для продвижения этномузикального коллектива (сайт и скоординированные с ним социальные сети, где обновление контента происходит в среднем раз в сутки, и партнерские ресурсы; различные виды активной и регулярной рекламы на информационных порталах, дистрибьютерских платформах и т.д.)