

# МУЗЫКАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В АКАДЕМИЧЕСКОМ ИСКУССТВЕ КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

## MUSIC MANAGEMENT IN ACADEMIC ART AS A TOOL OF «SOFT POWER»

*D. Kirnarskaya*

*Summary.* Modern «soft power» is a much more effective form of political power, contributing to the harmonization of intercultural communication and strengthening the influence of the state in the international arena, unlike the means of «hard power». One of her instruments is classical music, which is integrated into the world cultural space thanks to the competent work of music management. Academic art in Russia presupposes a conglomeration of the business industry and government support — only in a constructive synthesis of these structures will classical music be able to further preserve the richness of its cultural heritage, gain leading positions abroad and influential positions in the system of global political communications. The most relevant way to exert «soft power» on musical culture in academic art by means of music management is to sponsor projects and train promising performers and composers. Classical music, promoted and popularized through the work of music management in the context of «soft power», helps attract foreign capital to Russia, modernize the music school, preserve and spread the Russian musical heritage and spiritual values, as well as form a pool of well-wishers from among the foreign public and consolidate the Russian-speaking population.

*Keywords:* music management, academic art, classical music, «soft power», foreign policy, Russia, culture, instrument of cultural influence.

**Кирнарская Дина Константиновна**

Доктор искусствоведения, д.псх.н., профессор,  
Российская академия музыки им. Гнесиных  
kirnarskiy@gmail.com

*Аннотация.* Современная «мягкая сила» является гораздо более эффективной формой политической власти, способствующей гармонизации межкультурной коммуникации и укреплению влияния государства на международной арене, в отличие от средств «жесткой силы». Один из ее инструментов — это классическая музыка, интегрируемая в мировое культурное пространство благодаря грамотной работе музыкального менеджмента. Академическое искусство в России предполагает конгломерацию бизнес-индустрии и государственной поддержки — только в конструктивном синтезе данных структур классическая музыка сможет далее сохранять богатство своего культурного наследия, завоевывать лидирующие позиции за рубежом и влиятельные позиции в системе глобальных политических коммуникаций. Наиболее релевантным способом оказания «мягкой силы» на музыкальную культуру в академическом искусстве средствами музыкального менеджмента является спонсирование проектов и обучения перспективных исполнителей и композиторов. Классическая музыка, продвигаемая и популяризируемая благодаря работе музыкального менеджмента в контексте «мягкой силы», способствует привлечению иностранного капитала в Россию, модернизации музыкальной школы, сохранению и распространению русского музыкального наследия и духовных ценностей, а также формированию пула доброжелателей из числа зарубежной общественности и консолидации русскоязычного населения.

*Ключевые слова:* музыкальный менеджмент, академическое искусство, классическая музыка, «мягкая сила», внешняя политика, Россия, культура, инструмент культурного влияния.

### Введение

Развитие академического искусства в России обладает рядом инструментов для его становления, среди которых одним из самых популярных остается бесплатное обучение за счет государственных средств, начиная от дошкольных учреждений, оканчивая консерваторией. Однако выход на профессиональный уровень требует больших финансовых затрат и грамотного музыкального менеджмента.

Музыкальный менеджмент — это управление артистом или наставничество, которые признаются фундаментальной задачей и элементом, способствующим успеху артиста [7].

### Материалы и методы исследования

В данной статье использовались такие методы, как междисциплинарное теоретическое исследование на-

учной литературы, метод структуризации и систематизации материала, а также ретроспективный метод.

### Результаты и обсуждения

Согласно исследованиям О.А. Гармаш (2017), основными целями Русского Музыкального общества [6] с 1859 года по настоящее время являются «развитие музыкального образования и вкуса к музыке в России» [2, с. 6], а также формирование положительного образа отечества за его пределами. Между тем «система современной мировой арт-индустрии строится на системе художественных, экономических и общественно-гуманитарных интересов» [4, с. 63], тогда как музыкальные менеджеры (*‘artist managers’*) создают и поддерживают «бренды», выполняя, тем самым, функции креативной индустрии (*‘managerial creativity’*).

Креативный менеджмент в современной классической музыке предполагает создание и поддержку си-

<p><b>ИСТОЧНИКИ, ПОЗВОЛЯЮЩИЕ ПОЛУЧАТЬ ДОХОД ОТ МУЗЫКИ</b></p>	<p><b>• ПОТЕНЦИАЛ И ИНСТРУМЕНТЫ КУЛЬТУРНЫХ ФАКТОРОВ «МЯГКОЙ СИЛЫ»</b></p>
<p>Живые выступления (концерты, празднования и совместные фестивали)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формирование положительного образа и позитивного имиджа, откуда родом артист и/или где он получил свое музыкальное образование (организаторы за рубежом: Россотрудничество, Министерство иностранных дел, Министерство культуры, например, Дни духовной культуры России).</li> </ul>
<p>Сопутствующие товары</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• товары с изображением определенных эмблем, лозунгов и символики - косвенное воздействие на развитие туризма, скрытая и прямая реклама российских товаров.</li> </ul>
<p>Публикация песен (на русском языке) и мелодий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• песни и мелодии конкретной идеологической направленности;</li> <li>• популяризация русского языка и культуры, распространение российских ценностей.</li> </ul>
<p>Гранты и финансирование, спонсорские сделки</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• монетизации экономики отечества (насыщенности национальной экономики деньгами и прочими ликвидными активами);</li> <li>• развитие экономических связей.</li> </ul>
<p>Семинары и преподавание</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• привлечение иностранных обучающихся в российские консерватории, что способствует налаживанию межкультурной коммуникации;</li> <li>• создание пула доброжелателей из числа зарубежной общественности.</li> </ul>

Рис. 1. Источники и инструменты музыкального менеджмента в контексте «мягкой силы»<sup>1</sup>

стемы, контекста или среды, в которой возникает художественное творчество, и, следовательно, является тем аспектом музыкальной индустрии, который может наиболее результативно способствовать развитию музыкального искусства [12].

Музыкальный менеджер — это специалист, занимающийся организацией различных творческих проектов с целью «создания» карьеры для музыканта и ее управления [12]; содействующий тому, чтобы артист мог завоевывать внимание целевой аудитории и, как следствие, получать максимальную прибыль [4, с. 63; 2, с. 4]; способный привлекать спонсоров и меценатов для оплаты стартапов и продвижения музыканта, как следствие, оказывать влияние на выбор идеологической тематики музыкальных произведений, определять подачу материала, освещаемого в рекламных и исполнительских целях, формировать определенный кластер слушателей и даже влиять на их оценку услышанного и увиденного выступления.

Существует пять основных групп источников, которые позволяют получать доход от музыки: живые вы-

ступления, сопутствующие товары, публикация песен, записанная музыка и спонсорские сделки [12]. Другие источники включают в себя гранты и финансирование, а также различный доход, получаемый от семинаров и преподавания [12; 11] (см. рисунок 1).

Исходя из рисунка 1, в процессе организации получения каждого из источников прибыли формируются определенные инструменты «мягкой силы», политика которой сосредоточена на «восстановлении и укреплении российского политического влияния на постсоветском и международном пространстве» [5, с. 29], а также «росте популярности современной российской культуры и русского языка, консолидации русскоязычного населения» [5, с. 30].

По мнению многих исследователей и практикующих специалистов (*Morrow 2006; Williams 2018; Ralston 2018; Chaparro, Musgrave 2021*), помимо «монетизации музыкального искусства», в функции музыкального ме-

<sup>1</sup> Рисунок автора.

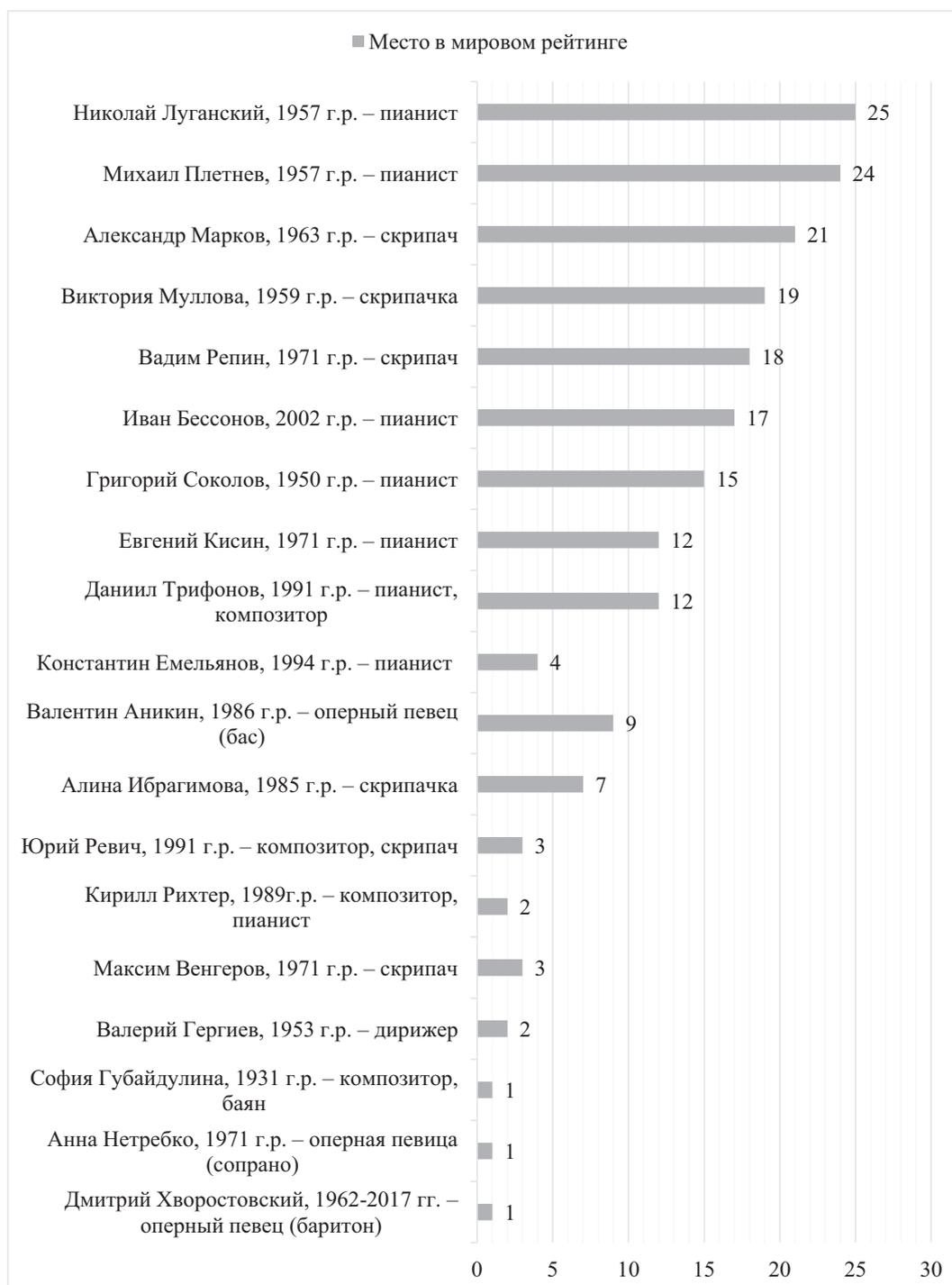


Рис. 2. Самые востребованные и лучшие русские музыкальные деятели современности (данные мировых рейтингов за 2018–2024 гг.)<sup>2</sup>

неджмента также должна входить защита психического и физического здоровья музыкантов, которые могут подрываться вследствие идеологического или иного давлений со стороны руководителей и спонсоров проектов (что, например, гипотетически возникло вследствие эксплуататорского характера контрактных соглашений, присутствовавших в работе с шведским диджеем *Avicii* — настоящее имя Тим Берглинг — спровоциро-

вавших смерть артиста) [8, р. 2]. Как следствие, при негативных сценариях музыкального маркетинга «мягкая сила» страны дает обратный эффект — формирует отрицательный образ народа и государства пострадавшего деятеля искусства.

<sup>2</sup> Рисунок автора. Данные скомпилированы в единый рейтинг автором.

Можно проследить степень «мягкой силы», оказываемой российскими музыкантами сегодня, определив их позиции на арене мирового искусства. Согласно проведенному мониторингу рейтингов самых активных и востребованных участников международного музыкального процесса, русские музыканты и композиторы находятся на лидирующих позициях среди современных деятелей академического творчества [10; 1; 9; 3] (см. рисунок 2):

Как подчеркивают Ф. Картрайт, М.Б. Кюсснер, А. Уильямсон (*Cartwright, Küssner, Williamon 2021*), с одной стороны, нельзя отрицать, что есть много художников, которые ценят искренность больше, чем коммерческий успех, и эти художники вполне могут выбрать самоуправление или какую-то ограниченную форму управления, которая четко отделяет творческий процесс от деловой практики [7] — этим музыкантам важны услуги менеджера для обеспечения психоэмоционального комфорта, а также для создания благоприятной творческой атмосферы, которая по своей сущности сможет оказать более мощное воздействие на идеологию аудитории ввиду своей природосообразности и искренности.

С другой стороны, управление артистом должно выходить далеко за узкие рамки стандартной деловой практики, сосредоточенной на традиционном управлении бизнесом, маркетинге, бухгалтерском учете и финансах. Музыкальный менеджмент в академическом искусстве считается более сложной задачей, поскольку должно быть открытое дифференцирование и оценка качеств и обязательств, связанных с профессиональными и личностными аспектами музыканта, которые выступают в качестве источника «мягкой силы» [7].

### Заключение

Музыкальный менеджмент содействует развитию траектории профессиональной жизни артиста, способствует тому, чтобы целевая аудитория ему импонировала и, как итог, приносила высокую прибыль. Монетизация академического искусства позволяет приобретать и использовать различные инструменты «мягкой силы», помогающие повысить политическое влияние России на международном пространстве и создавать позитивный образ страны.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Безменова Ю. Знаменитые мастера скрипки, которые вошли в историю. ASnova — музыкальная школа Анны Суворовой. Статья от 08.07.2024. URL: <https://asnova-muz.ru/blog/znamenitye-skripachi-kotorykh-vy-dolzhy-znat/>. Дата обращения: 30.07.2024.
2. Гармаш О.А. Менеджмент академической музыки в России: генезис явления: автореферат дис. ... кандидата искусствоведения: 17.00.02 / Гармаш Ольга Анатольевна; [Место защиты: Рост. гос. консерватория им. С.В. Рахманинова]. Ростов-на-Дону, 2017. 27 с.
3. Ежегодный рейтинг самых востребованных музыкантов. ClassicalMusicNews.ru. URL: <https://www.classicalmusicnews.ru/news/bachtrack-music-statistics-2018/>. Дата обращения: 30.07.2024.
4. Зорилова Л.С., Родионова Д.Г. О становлении музыкального менеджмента в современной России // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2019. №4 (35). С. 61–69. <https://doi.org/10.24411/2310-1679-2019-10407>.
5. Калитко И.И. Российская эстрада как фактор «Мягкой силы» России на постсоветском пространстве (на примере Беларуси и Казахстана) // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2020. №3. С. 29–36. <https://doi.org/10.26794/2226-7867-2020-10-3-29-36>.
6. Русское Музыкальное общество. Официальный сайт: <https://рмо.рф/>.
7. Cartwright Ph., Küssner M.B., Williamon A. (2021) Well-Tempered Artist. *International Journal of Arts Management* 23(Winter):18–29.
8. Chaparro G., Musgrave G. (2021) Moral Music Management: Ethical Decision-Making After Avicii. *International Journal of Music Business Research* 10(1):000010247820210001. 14 p. [https://doi.org/10\(1\):000010247820210001](https://doi.org/10(1):000010247820210001).
9. Classical Music in 2018. The year in statistics. Bachtrack, 2019. URL: <https://cdn.bachtrack.com/files/96739-EN-Classical-music-statistics-2018.pdf>. Date: 30.07.2024.
10. Cramer W. Top 30 Best Pianists Alive in 2024. Fire Inside Music. Last Updated: February 20, 2024. URL: <https://fireinsidemusic.com/best-pianists-alive/>. Date: 30.07.2024.
11. Hughes D., Evans M., Morrow G., Keith S. (2016) The New Business of Music. In book: *The New Music Industries* (pp.17–35). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-40364-9\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-40364-9_2).
12. Morrow G. (2006) Managerial Creativity: A Study of Artist Management Practices in the Australian Popular Music Industry. Unpublished PhD thesis, Macquarie University, Sydney, Australia.