

UDC 378.11:65.01(075.8)

DOI: 10.34671/SCH.HBR.2019.0304.0004

**ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МУЗЫКАЛЬНОГО  
МЕНЕДЖМЕНТА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ**

© 2019

ORCID: 0000-0002-4613-9927

**Ибрагимова Сонаханум Гулам кызы**, профессор, заслуженный деятель искусств,  
проректор по науке и творчеству  
*Бакинская академия хореографии*

(AZ 1014, Baku, Rashid Beibudov, 75 e-mail: sonakhanum@inbox.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности современного музыкального менеджмента. Определено, что музыкальный менеджмент носит в себе ряд особенностей системы социального управления обществом. Подчеркивается, что в странах постсоветского пространства отказались от многих прежних форм управления музыкальной жизнью, учитывается влияние информационного пространства, информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), единства и взаимозависимости в развитии общества, в том числе в музыкальной сфере. Сделан вывод о том, что требуется больше внимания к формированию современного музыкального вкуса и приоритетов, связанных с этнической идентичностью. Развитие музыкального менеджмента в современном Азербайджане связано с уровнем жизни, характером подготовки кадров управления музыкальной жизнью страны. В этом отношении есть определенные пробелы. Кроме того, активное сотрудничество с музыкальной диаспорой, с представителями музыкальной сферы зарубежья предъявляет новые требования к формам и направлениям музыкального менеджмента. Активный обмен опытом с другими странами, организация международных фестивалей, конкурсов и других мероприятий способствует дальнейшему становлению и совершенствованию музыкального менеджмента, развитию музыкальной культуры страны в целом. Предлагается продолжить обмен музыкальными кадрами со странами региона, расширить работу в данном направлении.

**Ключевые слова:** музыкальная сфера, управление сферой музыки, государственная политика в области музыкальной сферы, ИКТ и музыка, шоу-бизнес, музыкальный менеджмент в Азербайджане.

**FEATURES OF MODERN MUSICAL MANAGEMENT  
IN AZERBAIJAN**

© 2019

**Ibragimova Sonakhanum Gulam**, professor, honored artist, vice-rector  
for science and creativity  
*Baku Academy of Choreography*

(AZ 1014, Baku, Rashid Beibudov, 75, e-mail: sonakhanum@inbox.ru)

**Abstract.** The article discusses the features of modern music management. It is determined that music management carries a number of features of the social management system of society. It is emphasized that in the countries of the former Soviet Union they abandoned many of the previous forms of musical life management, taking into account the influence of the information space, information and communication technologies (ICT), unity and interdependence in the development of society, including in the music sphere. The conclusion is drawn that more attention is required to the formation of a modern musical taste and priorities related to ethnic identity. The development of musical management in modern Azerbaijan is connected with the standard of living, the nature of the training in managing the country's musical life. There are certain gaps in this regard. In addition, active cooperation with the musical diaspora, with representatives of the musical sphere of the world presents new requirements for the forms and directions of musical management. An active exchange of experience with other countries, the organization of international festivals, competitions and other events contributes to the further formation and improvement of musical management, the development of the musical culture of the country as a whole. It is proposed to continue the exchange of musical personnel with the countries of the region, to expand work in this direction.

**Keywords:** music sphere, management of the sphere of music, state policy in the field of music, ICT and music, show business, music management in Azerbaijan.

**Введение.** Инфраструктура управления музыкальной сферой начинается с определения ее места в общей инфраструктуре социального управления духовной жизнью. Невозможно осуществлять управленческую деятельность в музыкальной индустрии, не зная общей инфраструктуры управления. Управление имеет общие теоретические и практические законы и условия, независимо от сферы и области применения. С этой точки зрения, в управлении музыкальной сферой также следует учитывать общие правила, принципы, условия, теоретические и практические вопросы управления предприятием (коммерческая, некоммерческая деятельность), образованием или бизнесом.

Чтобы определить оптимальную инфраструктуру управления различными видами деятельности в музыкальной сфере, необходимо, прежде всего, сосредоточиться на анализе деятельности в целом бизнеса (организации, учреждения). Инфраструктура управления сферами развития музыкальным искусством имеет как внутреннюю, так и внешнюю среду. Каждая среда управления имеет свои специфические компоненты, характеристики, сложность, уровни изменений, факторы воздействия и условия [1, с. 29]. Эти среды также формируют в системном виде инфраструктуру управления.

Каждый вид деятельности или предприятие (органи-

зация, учреждение) развивается в определенной среде. Руководство понимает совокупное понимание любой деятельности, условий и факторов, которые влияют на нее в контексте корпоративной среды, что требует принятия управленческих решений или адаптации. Работа всех видов деятельности или предприятий возможна, только если позволяет среда.

Управленческая, или бизнес-среда, делится на внутреннюю и внешнюю среду. Внутренняя среда представляет собой весь экономический организм деятельности предприятия (организации, учреждения) и включает в себя механизм управления, ориентированный на его прибыль и доходность, через научную, техническую и производственную деятельность. Внутренняя среда является «источником жизни предприятия». У нее есть потенциал, позволяющий предприятию жить и работать в течение определенного периода времени. Руководство рассматривает внутреннюю среду как глобальную структуру организации, и эта глобальная структура включает в себя все ее производственные, финансовые, страховые и транспортные отделы [4, с. 98]. Однако, если внутренняя среда не обеспечивает существование предприятия, это может вызвать проблемы, которые могут привести к его разрушению.

Внутренняя среда играет важную роль в выживании

предприятия. Известно, что внутренняя среда ориентирована на выявление потенциала и возможностей предприятия. С этой точки зрения, руководство должно изучить сильные и слабые стороны предприятия. Сильные стороны обеспечивают конкурентоспособность предприятия, а также возможность его расширения и укрепления. Но слабые стороны также должны быть тщательно изучены, и бизнес должен искать способы их избежать.

Одной из основных задач анализа внутренней среды является выявление внутренне изменчивых факторов. Эти факторы должны быть конкурентоспособными и определять стратегические позиции. Внутренние изменения включают ситуативные факторы предприятия. Эти факторы, в первую очередь, касаются целей, задач, структуры, людей, технологий.

Внешняя среда управления – это среда деятельности или предприятия как комбинация факторов окружающей среды. Эти факторы возникают независимо от деятельности организации, но требуют управленческих решений, поскольку они могут повлиять на ее функционирование. Предприятие должно проанализировать и точно определить внешние факторы, которые могут оказать влияние на его текущие или будущие результаты и, в первую очередь, на внутреннюю среду [6, с. 37].

Руководство рассматривает внешнюю среду как средство поддержания внутреннего потенциала предприятия на необходимом уровне и насыщения его критически важными ресурсами. Ведь предприятие работает в постоянном обмене с внешней средой. Хотя ресурсы внешней среды имеются в изобилии, здесь и другие компании также являются партнерами и конкурентами. Поэтому иногда предприятие не может получить необходимые ему ресурсы из внешней среды и, как следствие, сталкивается со многими негативными обстоятельствами, и его деловые возможности уменьшаются. Задача стратегического управления состоит в том, чтобы обеспечить взаимодействие предприятия со средой, чтобы оно поддерживало необходимый уровень потенциальных возможностей, которые могут обеспечить успешное достижение его целей и результатов [7].

Однако опыт показывает, что на внешнюю среду всегда практически невозможно положиться, поскольку эта среда, окружающая предприятие, состоит из множества факторов. Следует также учитывать, что не все внешние факторы влияют на работу учреждения. Следовательно, следует учитывать только внешние факторы, которые влияют на положительный результат. Таким образом, внешняя среда рассматривается как совокупность факторов, которые положительно влияют на эффективность бизнеса предприятия.

Это непосредственно касается также и музыкального управления, в том числе на уровне музыкального бизнеса. Музыкальные кадры, их профессионализм, подготовленность аудитории к восприятию музыки, то есть формирование общественного мнения через рекламу, наличие материальной базы (залы, площадки, музыкальной аппаратуры, других технических приспособлений) – все это влияет на возможности реализации музыкальных мероприятий в жизнь.

Отсюда понятно, что управленческая деятельность в музыкальном искусстве должна учитывать соответствующую и внутреннюю, и внешнюю среду, поскольку все это отражается на возможностях реализации социальной политики, связанной с развитием музыкального искусства. Особенно это касается коммерческого управления музыкальной сферой. Известно, что формирование музыкального менеджмента непосредственно связано с качеством, то есть профессиональным уровнем музыкального образования. Хорошо известно, что в условиях рыночной экономики профессиональные музыканты или различные музыкальные группы за рубежом активно участвуют в различных развлекательных программах, проектах, что способствует формированию достаточно

высокого уровня музыкальной культуры. Здесь, благодаря усердной работе и проявлению необходимых способностей, можно получить доступ к культурному и духовному рынку спроса и предложения; сфера музыкальных услуг – для них обычное явление, и каждый профессиональный музыкант может попытаться реализовать свои творческие запросы на более высоком уровне [3, с. 257]. Менеджер музыкального творчества (или музыкального искусства), который организует, управляет и реализует все направления развития музыкального искусства, должен иметь профессиональный опыт и хорошо знать вышеупомянутые внутренние и внешние факторы.

*Целью исследования* является рассмотрение особенностей управления сферой музыкальной культуры в Азербайджане, в частности, музыкальным бизнесом, что представляет значительный научный интерес. Рост свободного времени граждан, расширение досуговых услуг, в том числе на основе ИКТ, активное использование социальных сетей для приобщения к музыкальной жизни страны и всего мира, интернационализации музыкальной жизни через развитие коммуникативных связей способствуют формированию мощной музыкальной индустрии, в том числе в Азербайджане. Для определения особенностей развития современного музыкального менеджмента мы обратились к анализу научной литературы, а также конкретных направлений развития музыкального менеджмента в мире и в Азербайджане.

*Особенности формирования современного музыкального менеджмента.* По сравнению с организацией управления музыкальной жизнью в стране Советов, где была жесткая цензура, и осуществлялся контроль над государственными и частными учреждениями, занимавшимися музыкальной деятельностью, сейчас государство оставило на своем попечении подготовку музыкальных кадров по всем направлениям музыкального творчества, деятельность ведущих музыкальных учреждений культурного плана, а организацию музыкального шоу-бизнеса передало частным организациям и фирмам.

Развитие музыкального творчества – народного, песенного, симфонического, камерного, театрального, эстрадного, танцевального и т.д. – напрямую связано с системой ценностей и социальных норм людей, их потребностями и интересами к сфере музыки. Музыкальный вкус воспитывается на протяжении многих поколений, путем музыкального образования и воспитания, через наличную в обществе музыкальную культуру, которая является частью общей культуры людей [8, с. 438].

Поскольку мир становится для каждого из нас все шире, возможности узнать о музыкальных направлениях – все больше, то музыкальные предпочтения развиваются, становятся все многообразнее, что отражается и в сфере музыкального бизнеса, музыкального образования. Азербайджан является страной с богатыми музыкальными традициями. Особенно это относится к молодежи, у которых эмоциональный мир в значительной степени получает свое выражение посредством музыки. Их возраст, определивший их эмоционально-волевую сферу, характер образного мышления, отражается на музыкальных предпочтениях, что учитывают музыкальные менеджеры. Интерес к музыкальному образованию в немалой степени связан с популярностью профессии музыкантов, певцов, учителей музыки, поскольку она считается профессией, дающей возможность сделать хорошую деловую карьеру.

Вместе с тем нужна четкая стратегия по развитию музыкальной сферы во всех ее проявлениях. Здесь следует отойти от дурного вкуса, пошлости, низменных инстинктов, которые порой лежат в основе тех или иных музыкальных действий и музыкальных произведений. Следует отметить, что в данном направлении ведется определенная работа.

Концепция развития «Азербайджан 2020: взгляд в будущее», утвержденная Указом Президента Азербайджанской Республики Ильхама Алиева от 29 декабря

2012 года, стала началом нового этапа развития нашей страны, в том числе в музыкальной сфере. Это стратегический документ большой важности. В концепции ни одна область не осталась незамеченной. В документе изложены основные приоритеты развития с точки зрения сокращения бедности, роста занятости, социальной защиты уязвимых групп, развития предпринимательства, создания высококачественной системы образования, сокращения использования природных ресурсов и много-го другого [5]. Для достижения этих целей необходимо применять современные методы управления, основанные на серьезных научных подходах и охватывающие более длительный по сравнению с выдвинутыми проектами и программами развития в сфере музыкальной культуры.

Концепцию развития «Азербайджан 2020: видение будущего» также можно считать дорожной картой для устойчивого развития. Документ направлен на повышение конкурентоспособности экономики Азербайджана в течение последующих 6 лет, охватывает улучшение транспортной, транзитной и логистической инфраструктуры, сбалансированное развитие регионов, обеспечение доступа к информационному обществу, развитие человеческого капитала, создание эффективных систем социальной защиты, поддержание институциональных реформ и расширение культурной среды для формирования социально активной личности.

Сохранение и эффективное управление культурным наследием предполагает здесь распространение богатых традиций и обычаев азербайджанского народа, сохранение национальных праздников и церемоний, реставрацию исторических символов и памятников, пропаганду национальной музыки и танцев, сохранение народного искусства и представлений, воспроизведение и иллюстрацию народных игр и представлений. Необходимая работа будет проделана для развития богатых художественных традиций, изучения образцов азербайджанского искусства, хранящихся в престижных музеях мира, и подтверждения их принадлежности Азербайджану, для продвижения и развития нашего изобразительного искусства в ЮНЕСКО, ИСЕСКО, ТЮРКСОЙ и других международных организациях [5].

С точки зрения музыкального бизнеса необходимо держать под контролем систему подготовки музыкальных кадров, поскольку именно это направление музыкального менеджмента влияет на содержание и качество работы музыкальной сферы в целом. С развалом СССР подготовка музыкальных кадров стала проводиться лишь национальными преподавательскими кадрами. Несмотря на богатый опыт работы музыкальных школ и высших учебных музыкальных заведений, а также музыкальных организаций, где музыкальные кадры набирают необходимый опыт и развивают свой талант, уровень исполнительского искусства, создаваемых музыкальных произведений иногда оставляет желать лучшего. Что же касается музыкального шоу-бизнеса, то зачастую взаимодействие между представителями этой популярной среди народа сферы деятельности идет в направлении сбора «компромата» и взаимных обвинений.

Известно, что рыночные отношения наложили свой отпечаток на отношения в музыкальной сфере. Созданы многочисленные компании (The XX, The Strokes, Weekend, The Teenagers, Oval, Kammerflimmer Kollektief, и многие другие), которые оказывают различные музыкальные услуги населению, где работают опытные менеджеры. Здесь ведется целенаправленная работа по повышению квалификации этих менеджеров, в том числе их подготовка в колледжах и вузах. Работа состоит в формировании музыкальных групп и реализации музыкальных туров-поездок по стране или за рубеж [9].

Популярной формой развлечений является организация танцевальных дискотек, где главной действующей фигурой является диджей [2]. Важно следить за мероприятиями, фестивалями, площадками для выступления,

ценами на билеты. В целом стихийная организация этого направления музыкальной жизни тоже является составной частью музыкального менеджмента. Действия в рамках закона, менеджеры делают важную работу по удовлетворению потребностей населения в музыке на свадьбах, торжественных встречах, юбилеях и т.д. Кроме того, они формируют музыкальные вкусы и музыкальную культуру в целом.

Важным направлением менеджеров, промоутеров является совместная работа с телеканалами, СМИ, с организаторами фестивалей, определение разумного числа выступлений, и т.д. в целом главной задачей их является формирование технологий преподнесения музыкального факта слушателям и зрителям с тем, чтобы поддерживать при этом высокий рейтинг и высокие заработки. Здесь идет поиск спонсоров, возможности создать себе популярность выступлениями на различных сценических площадках.

Следует также отметить, что популярность тех или иных певцов и исполнителей зачастую ведет к тому, что в рамках профессиональной ориентации выбирается профессия певца или музыканта, играющего на том или ином музыкальном инструменте. В составе группы исполнителей для них возможность заработать состоит, прежде всего, из грамотной подготовки по всем пунктам шоу-бизнеса [10]. Следует учесть, что на концертный бизнес непосредственно сегодня непосредственно влияют социальные сети.

Для формирования высокого уровня музыкальной культуры государством в лице соответствующих министерств и ведомств проводятся различные музыкальные фестивали как классической, так и народной музыки. Вопросы музыкального менеджмента связаны не только с организацией концертной деятельности или досугового времени людей посредством музыки. Известно, что общий смысл шоу-бизнеса – заниматься коммерческой деятельностью в индустрии развлечений. Словом, понятие «шоу-бизнес» включает в себя исполнение музыкальных номеров, предназначенных для большой аудитории [9]. Но в более широком смысле шоу-бизнес включает не только музыку, но и другие смежные области – киноиндустрию, массовые виды спорта, развлекательные программы, конкурсы красоты и даже музыкальное радио.

Наконец, в широком смысле, «шоу-бизнес» - это основная часть рекламных, музыкальных и информационных программ, производство и распространение фильмов, производство аудиовизуальной продукции, производство групповых или индивидуальных выступлений поп-исполнителей, продажа авторских прав, музыкальные видеоклипы, печать рекламных фильмов, буклетов, плакатов. Все эти многочисленные аспекты музыкальной жизни регулируются в рамках музыкального менеджмента, который является составной частью общего социального управления духовной жизнью общества.

Следует учесть, что в XX веке шоу-бизнес начал вытеснять элитарные формы искусства. В системе музыкального менеджмента сформировалось направление работы, связанной с использованием опыта шоу-бизнеса «высоким искусством». Использование формы показа для общественного признания и принятия новых художественных произведений, которые уже воплощены в культуре, стало необходимостью. Сегодня стало ясным, что рыночные отношения стали единственным способом «выжить» для музыкальной культуры. Однако и такой подход приводит к тому, что классическое искусство, в том числе и музыкальное, все чаще стало превращать свое творчество в некий товарный знак [2]. Вместе с тем любая форма музыкального искусства, или ее вид, живет только через восприятие ее зрителями или слушателями, она получает здесь оценку, путевку в жизнь.

То есть успех художника, как в эстрадном, так и в классическом искусстве, основан на его способности адаптироваться к коллективному вкусу реального мира,



а не только на его таланте и мастерстве [10]. Во многих случаях этот вкус коренится в приоритетах, которые не имеют отношения к истинной культуре.

**Выводы.** Современная музыкальная культура состоит из таких элементов, как создание образцов музыкального искусства через подготовку профессиональных кадров и их практическую деятельность, распространение их в массы через пропаганду и конкретную деятельность соответствующих организаций и учреждений, как на государственном уровне, так и в частном порядке. Общее руководство данным процессом осуществляется в рамках целостной системы социального управления, на основе специальных программ и проектов по линии различных министерств и ведомств, где каждый орган выполняет свои задачи, в совокупности дающие толчок процессу формирования личности с развитым музыкальным вкусом, высокими духовными потребностями, активной жизненной позицией.

Растущая глобализация отразилась и на управлении музыкальной сферой, когда многочисленные направления музыкальной деятельности организуются представителями музыкального менеджмента на уровне широкой музыкальной индустрии. Главной задачей музыкально-культурных ведомств является контроль и планирование всех процессов развития и формирования музыкальных предпочтений, в рамках общецивилизационного мирового развития. В Азербайджане, где исторически сложилась богатая музыкальная культура, есть большая потребность в обновлении музыкальной деятельности, с учетом общеглобализационных процессов, изменений во вкусах и предпочтениях людей.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента. СПб.: 1999. – 809 с.
2. Брюстер Б., Броутон Ф. История диджеев. Екатеринбург: Ультра Культура. 2007. – 672 с.
3. Волков Д.П. Особенности менеджмента в музыкальной индустрии // Актуальные вопросы права, экономики и управления. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: в 3 частях. Изд. «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.) Пенза: 2017, с. 256-258
4. Кезин А.В. Менеджмент: методологическая культура: Учебн. пособие. – М.: Гардарики, 2001. – 269 с.
5. Концепция развития «Азербайджан 2020: будущее в будущем». Утверждено Указом Президента Азербайджанской Республики от 29 декабря 2012 года // [https://president.az ›files› future\\_az](https://president.az ›files› future_az)
6. Кэмбел Д. Стратегический менеджмент. / Пер с англ. Н.И. Алмазовой. М.: Проспект, 2003. – 336 с.
7. Менеджмент организации / под редакцией З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина - М.: ИНФРА, 1996. – 430 с.
8. Осик Ю.И., Нурмагамбетова Н.А., Давлетбаева Н.Б., Нижегородцева М.А. Особенности менеджмента в сфере шоу-бизнеса // Международный журнал экспериментального образования. – 2013. – № 10-2. – С. 437-442; URL: <http://www.expeducation.ru/ru/article/view?id=4267> (дата обращения: 28.09.2019).
9. Особенности музыкального менеджмента // <http://rocket-center.ru/blog>
10. Stratton, Jon. Skiffle Variety and Englishness. Bennett, A., Stratton, J. (eds.) Britpop and the English Music Tradition. Aldershot: Ashgate Publishing, 2010, pp. 27–40.