

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2024.89.72.039

## К вопросу о возможности валоризации концертов классической музыки в Приднестровье

Мунтян Штефан Борисович

Магистрант,  
Российский университет дружбы народов,  
117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, 10;  
e-mail: information@rudn.ru

### Аннотация

Валоризация концертов классической музыки в Приднестровье возможна с учетом внедрения современных подходов, инноваций, технологических средств в концертной деятельности, поскольку современные зрители становятся все более требовательными, ожидая не только качественного музыкального контента, но и инновационных технологических решений, позволяющих улучшить восприятие и ценность концертной индустрии. Это влечет за собой не только трансформацию способов взаимодействия с аудиторией, но и отражается на организационных процессах, экономической модели, поведенческих стратегиях. Диагностический анализ развития отрасли в Приднестровье позволил выявить ключевые моменты, опора на которые будет способствовать улучшению ситуации по продвижения классической музыки, а именно: зрелищность, уникальность, ставка на «звезд», расширение числа выступлений на нетрадиционных концертных площадках, опора на маркетинг и рекламу, партнерство и спонсорство, внедрение разнообразных жанров и стилей, усиление организационных моментов и т.д., что позволит валоризировать концертную деятельность за счет роста внимания со стороны зрителей/слушателей и СМИ, а вслед за этим увеличение числа прокатов данных мероприятий, и оправдание более высокой цены билетов.

### Для цитирования в научных исследованиях

Мунтян Ш.Б. К вопросу о возможности валоризации концертов классической музыки в Приднестровье // Культура и цивилизация. 2024. Том 14. № 2А. С. 311-318. DOI: 10.34670/AR.2024.89.72.039

### Ключевые слова

Валоризация искусства, классическая музыка, инновации, Приднестровье, концерт.

## Введение

В эпоху стремительного технологического развития концертная индустрия стоит перед множеством вызовов, а вместе с тем, и возможностей, чтобы завоевывать рынок и потребителя, но сделать это становится все сложнее и сложнее. Новая ситуация в культуре требует новой конвенции – потребительской. Необходим прагматический подход к валоризации эстетического продукта. А для этого нужно обеспечить релевантность с учетом разных вкусов и возрастов, т.е. предложить потребителю такой культурный продукт с учетом дифференциации, который он оценит.

## Основная часть

Поскольку на рынке культурных услуг не всегда представлена именно качественная продукция, остро встает вопрос об обеспечении «навигации» по культурному достоянию с тем, чтобы предложить такой достойный культурный продукт, за который потребитель пожелал бы заплатить. Издревле коррелятом ценности выступала редкость – ценные материалы, потраченные на «изделие». «Ценится то, что не может быть девальвировано частым употреблением, а посему пригодно к периодической усладе» [Долгин, 2004]. В связи с чем наступает реальная угроза – девальвации искусства [Голубь, 2020]. И обусловлено это, в первую очередь, теми созданными условиями вседоступности личностных ресурсов (посредством мультимедийных технологий), которые приводят к оттоку зрителей из концертных залов, ведь услугу можно получить дома, сидя на диване. Это отражается на том, что зрители деклассируют искусство: платить согласны, но по низшей цене. Или, напротив, по высшей, но не за искусство, а за эффект Веблена, когда «цена для окружающих становится главным элементом ценности» [Кливзониц, 2017, 81]. Это приводит к необходимости пересмотра деятельности музыкального сообщества, формирования такого предложения, за которое слушатель готов был бы заплатить, столь высокую цену, которая бы отвечала его ожиданиям. Но здесь важно и другое, в погоне за «новомодностью» важно не упустить качество предоставляемой услуги, следовать устоявшимся высоким стандартам, особенно в мире классической музыки. И на этом фоне традиционные фильтры уже не работают, что не позволяет должным образом обеспечить культурной навигацией потребителя, в следствие чего на первый план выходит эпатажность, которая не всегда позволяет определить качество тех культурных продуктов, которые в последствии могут стать народным достоянием и культурным наследием, отделить их от посредственных. В связи с чем важна активизация внимания именно к подаче классической музыки, обладающей непреходящей эстетической ценностью, произведения которой становятся тем культурным наследием, что отличается совершенством формы, богатством содержания, художественно-эстетической значимостью. Ведь концерты классической музыки – это возможность услышать любимые произведения в профессиональном исполнении талантливых музыкантов, брендовые имена которых способны собирать огромные залы, несмотря на привлекательность многих современных развлечений. Но в основном это характерно для мегаполисов, на периферии ситуация иная.

Рассмотрим возможность внедрения различных направлений для продвижения классической музыки в условиях приднестровской концертной индустрии, сформулируем рекомендации относительно того, как вернуть зрителей на концерты классической музыки.

Отметим, что внедрение современных подходов, инноваций, технологических средств в концерты классической музыки, не только трансформирует способы взаимодействия с

аудиторией, но и влияет на организационные процессы, экономическую модель и культурное восприятие живых выступлений. Современные зрители становятся все более требовательными, ожидая не только качественного музыкального контента, но и инновационных технологических решений, которые могут улучшить восприятие и ценности концертной индустрии в целом.

Проведенный автором анализ ситуации показал, что в современности одной из центральных проблем культуры является плохая информатизация. Потребитель «захлебывается» в информации, но не обладает нужными знаниями. Поэтому любую медийную информацию воспринимает как брендовую, а значит, качественную [Голубь, 2020, 81]. Но культурное сообщество, особенно тяготеющее к потреблению классической музыки, не всегда в должной мере использует информационный ресурс для ознакомления с лучшими образцами культуры, и лучшими исполнителями. В связи с чем необходима активизация деятельности в этом направлении.

Второй проблемой выступает отсутствие инноваций в технологической сфере, формирующих новые культурные практики и традиции, которые влияют на организацию концертной деятельности с точки зрения дальнейшего развития индустрии, адаптации к изменяющимся условиям и удовлетворению потребностей современной аудитории в классической музыке. Развитие культурных событий требует сбалансированного подхода, учета ожиданий аудитории, финансовые возможности и внедрения стратегии продвижения.

Зрительские аудитории обычно привлекает то, что концерты классической музыки, как правило, проходят в специализированных залах с хорошей акустикой, на сцене которых выступают симфонические оркестры, камерные ансамбли, хоры, а также солисты-вокалисты и инструменталисты. Репертуар концерта обычно включает наряду с широко известными классическими произведениями и менее популярные, но не менее ценные сочинения. Концерты проходят под управлением опытных дирижеров, которые тщательно работают над интерпретацией каждого музыкального произведения. Зрителей привлекает то, что музыка классиков в живом исполнении погружает слушателей в особое эмоциональное состояние, в особую атмосферу сосредоточенности и внимания к происходящему на сцене, позволяет заново открыть для себя знакомые произведения, насладиться прекрасным в удивительной атмосфере зала. Секрет ее популярности – в непреходящей ценности музыкальной классики и высочайшем исполнительском мастерстве. Но для расширения числа зрительских аудиторий важно преподнести концертную программу увлекательно, нетрадиционно, чтобы данные концерты не ассоциировались со скукой. В связи с чем, для успешной валоризации концертов классической музыки необходимо обратить внимание на несколько важных аспектов, вполне применимых в Приднестровье:

1. в целях увеличения привлекательности концертов для зрителей целесообразным видится ставка на привлечение известных артистов. Их профессионализм, репутация и популярность окажут влияние как на численность посетителей, так и на цену билетов. Важны как паблисити<sup>1</sup> музыкантов, так и их профессиональные достижения: успешные выступления на мировых сценах, выигранные конкурсы или признание в музыкальном сообществе. Примером тому является выступление в Приднестровье в рамках Международного фестиваля искусств «Мэрцишор» всемирно известного скрипача из Израиля Саши Кройтора, что позволило активизировать зрителей на приобретение билетов, и не только на торжественные церемонии открытия и закрытия этого традиционного культурного проекта, но и на те концерты, в которых

---

<sup>1</sup> Паблисити – известность

музыкант выступал в качестве приглашенной «звезды». Вместе с тем, можно отметить и обратное движение: репутация сценической площадки отражается на росте известности молодых исполнителей, гарантируя качество исполняемой музыки в соответствии с предпочтениями и интересами потенциальных аудиторий.

2. Априори *хорошо организованные концерты* могут привлечь больше зрителей и обеспечить повышение стоимости билетов, а это означает, что важна качественная подготовка мероприятия, от зала до звука и свет, оборудование должно соответствовать высоким стандартам и обеспечивать высокое качество звука и света; важно также удобство мест и общий эстетический внешний вид зала. Не менее важным является подбор высокопрофессионального персонала. Налаженная коммуникация и слаженная работа персонала – от билетных касс и охраны до технических работников – существенны для безупречного проведения мероприятия. Данным параметрам удовлетворяет ведущее концертное учреждение Приднестровья – ГКЦ «Дворец Республики», оборудованное современным светозвуковым оборудованием, а большой концертный рояль Yamaha, дает возможность профессиональным пианистам выступать с сольными концертами или в составе камерного и симфонического оркестров.

Следует отметить, что концерты могут проходить не только в классических залах, но и на открытых площадках (парках, исторических рекреациях, вблизи водоемов и фонтанов, и др.), чем могут привлечь большее зрительское внимание. Уместно проведение классических постановок в кинозалах, церквях, соборных площадях и других нетрадиционных площадках, при этом они имеют большой успех, привлекая внимание широких аудиторий своей неординарностью. Такой подход часто практикует Государственный симфонический оркестр (далее-ГСО) ПМР под руководством маэстро Г.А. Мосейко, выступления которого проходят то в цитадели Бендерской крепости, то на LIONS арене, то у центрального столичного фонтана, что не только привлекает дополнительное внимание, но и впоследствии увеличивает приток слушателей на концерты, проходящие в филармоническом зале Дворца Республики. А поскольку музыкальные шедевры выходят за пределы классического концертного зала и исполняются в нетрадиционных условиях, а значит и расширяют известность коллективов, оркестров и отдельных исполнителей, повышая тем самым ценность данных культурных продуктов, способствуя валоризации классического искусства. Но это усложняет решение организационных аспектов, требующих дополнительных усилий по специальной организации арт-среды.

3. Привлекательность программы для аудиторий обеспечивается *разнообразием жанров и стилей*. Для побуждения зрителей на постоянное посещение концертных программ важен сбалансированный подход к представляемому репертуару. Целесообразным видится сочетание классических произведений, с современными интерпретациями и возможностями включения элементов других музыкальных жанров. К примеру, ГСО под управлением Григория Мосейко, практикует смешение жанров в одном концерте, как это было на концерте «Музыка любви» (8 марта 2024 г.), где звучали произведения Моцарта и Дженкинса, Пуччини и Паулса, что необычно для академического слушателя, но подобные программы расширяют зрительскую аудиторию, развивая ее эстетический вкус.

Но не только разножанровость репертуара привлекает зрителей, важно и отдельно взятому исполнителю периодически менять свой имидж, интригуя возможными перевоплощениями. Примером может служить не только концерт ГСО «Музыка любви», в котором артисты симфонического оркестра были одеты в вечерние платья и смокинги, что отходит от академических концертов, но и ряд концертных программ оркестра Главного штаба Вооруженных сил ПМР, где зритель погружается в атмосферу то Ренессанса, то Чикаго, то Пин-

апа (ретро стиля 40-х годов).

4. *Зрелищность и уникальность* – это именно те эмоциональные составляющие, что сподвигают публику посетить концерт. Добавление элементов шоу даже в классические концертные программы, придают им дополнительную ценность, улучшают паблисити, увеличивают приток финансовых ресурсов. В связи с чем музыкальному продюсеру стоит побеспокоиться о возможности внедрения неких особенностей или уникальных аспектов в мероприятие, что привлечет дополнительное зрительское внимание. Так, «зрелищность концертов классической музыки достигается созданием многопланового действия на сценических площадках: устанавливаются экраны, транслирующие увеличенное изображение выступающих, либо специально отснятые видеоклипы. К таким формам прибегают, например, оркестры под управлением В. Спивакова, Г. Кремера, акцентируя внимание публики не столько на музыке, сколько на персонах, ее исполняющих» [Веревкина, 2012, 46].

Внедрение элементов театральности и зрелищности в классические концерты с харизматичными дирижерами и виртуозными солистами, также привлекает публику. Отметим, что в данном случае это может быть неакадемическая манера поведения артиста и неакадемический внешний вид музыкантов. Примером тому является выступление А. Нетребко, Э. Шротт, Б. Макферрин, «применяющих раскованный стиль звезд попкультуры, демонстрируя желание установить прямой контакт с залом, непосредственное общение с публикой и организуя ее живую реакцию. Такой стиль проведения концерта дает возможность установить раскрепощенную обстановку и может быть использован в процессе концертно-просветительской деятельности, так как присущая для академических концертов дистанцированность исчезает между ведущим и зрителями» [Кливзоник, 2017]. Внешний облик исполнителя и привлекает зрительские аудитории и повышает ценность услуги – концерта классической музыки, либо отдельного исполнителя. Использование образа, нарушающего традицию классического и строгого облика, оживляет проведение концертного мероприятия. Например, в МОУ «Детская художественная школа им. С.В. Рахманинова» г. Тирасполь в концерте «Фортепианные дуэты» практикуется выступление не в концертных костюмах, а в одеждах, соответствующих исторической эпохе или стране исполняемого произведения (ковбои, рэперы, костюмы эпохи Возрождения и др.). И как итог, - билеты на такие концерты всегда раскупаются, а местные СМИ широко освещают успех данных выступлений.

Распространившиеся в последнее время такие театрализованные формы, как хэппенинг и перформанс, целью которых является визуализация музыкального исполнения, введение в содержательную часть концерта разнообразных сценических действий, таких как световые шоу, танцы, выступление чтецов и др., предполагают импровизацию артистов и широкое вовлечение слушателей в процесс исполнения музыкального произведения. И над данным направлением только начинают работать наши местные музыкальные менеджеры.

Огромные возможности для валоризации классической музыки имеют мультимедиа и технические средства. Зрелищность и уникальность достигается также за счет возможности включения художественных инсталляций, внедрения визуальных эффектов в концерты классической музыки. Например, наиболее удачными можно называть светомузыкальные феерии Ж.М. Жарра, концерты Президентского оркестра РФ, световые шоу Санкт-Петербурга. Применение элементов шоу, световых и видеоэффектов, для того чтобы сделать концерт визуально интересным, начинает практиковаться и в Приднестровье. Так, в рамках юбилейного концерта Заслуженного деятеля искусств ПМР, профессора, зав. кафедрой «Фортепиано» «ПГИИ им. А.Г. Рубинштейна» Громовой Р.М., произведения Ф. Листа, Ф. Шопена, П.И. Чайковского звучали в сопровождении светового луча и видеопроекции на сцене. Другим

примером применения сценических и визуальных эффектов является сольный концерт Ш.Б. Мунтян, преподавателя и концертмейстера кафедры «Фортепиано». Концерт был посвящен 150-летию со дня рождения С.В. Рахманинова, где прозвучал 2-й фортепианный концерт в переложении Е. Жмурко для малого струнного состава. Каждое музыкальное произведение сопровождалось видеорядом живописных картин художников-передвижников; а также демонстрировались световые эффекты, в тонах, присущих исполняемому произведению.

Таким образом, сочетание вечных ценностей музыкальной классики, мастерства исполнителей с применением театральности и зрелищности, внедрение визуальных эффектов, художественных инсталляций - обеспечивает неослабевающий интерес слушателей к концертам классической музыки, доказывает их возможный финансовый успех.

5. *Эксклюзивные возможности* – также влияют на ценность предоставляемых услуг, повышают валоризацию классического искусства: предоставление различных уровней билетов с разными привилегиями (например, VIP-места, VIP-обслуживание), встречи с артистами, эксклюзивные приемы и подарки, и др., также может повысить ценность услуги и стоимость билетов. И в этом направлении приднестровской культуре есть над чем поработать.

6. В конкурентных условиях нельзя недооценивать такие рыночные инструменты как маркетинг и реклама, поскольку классическое искусство также нуждается в продвижении. Эффективная промокампания может привлечь больше внимания к концерту, что в свою очередь отразится на повышении цены билетов, и реализации их большего числа. Для эффективного движения в этом направлении необходим постоянный мониторинг предпочтений и интересов потенциальной аудитории, чтобы адаптировать рекламные кампании под их ожидания. В связи с чем актуальным представляется большее присутствие в социальных сетях, позволяющих размещать анонсы, видеоматериалы, опросы, способствующие лучшему пониманию потребностей и ожиданий аудитории, гораздо эффективнее распространять информацию как о «звездах», коллективе, так и о предстоящем мероприятии. Данному направлению в Приднестровье уделяют внимание больше государственные учреждения культуры и центральные муниципальные; остальные осуществляют это эпизодически.

7. *Партнерство и спонсорство*. Сотрудничество с партнерами и спонсорами может помочь в привлечении финансовых ресурсов, что в свою очередь также отразится на ценовой политике. Сотрудничество с местными и мировыми партнерами из сферы культуры, туризма или бизнеса может улучшить финансовую поддержку и расширить охват аудитории. Данное направление пока слабо внедрено в Приднестровье в концертную деятельность классической направленности, но определенные надежды связываются с возможным партнерством с концертной индустрией соседних Молдовы и Украины, а также России и Европы, поскольку культура не имеет границ. Но это требует подготовки и повышения профессионального уровня местных музыкальных продюсеров и менеджеров, способных осуществлять данные международные проекты.

## Заключение

Подводя итог, отметим, что эффективное сочетание всех этих элементов может создать такого уровня концертную программу классической музыки, которая позволяет не только привлечь дополнительное внимание, но и оправдать повышенную цену билетов, а вслед за этим и увеличить число прокатов данных мероприятий. А для этого «важно избегать постоянного использования традиционных, давно устоявшихся классических форм, которые зачастую вызывают скуку слушателей и отталкивают от посещения концертных и филармонических

организаций» [Кливзоник, 2017], что приводит к пустым залам, уменьшению доходов учреждений, а главное то, что классическая музыка из-за этого становится все менее доступной для публики. Поэтому преодоление подобной тенденции возможно только при творческом, креативно-инновационном подходе сотрудников индустрии культуры.

### Библиография

1. Веревкина Ю. Академическая музыка в непривычных условиях (систематика концертных форм) // Южно-Российский музыкальный альманах. 2012. № 1. С. 42-47.
2. Голубь Н.А. Валоризация приднестровского искусства в новой культурной ситуации // Актуальные вопросы экономической науки. Тирасполь, 2020. С. 80-83.
3. Долгин А. Валоризация искусства: золотой стандарт или новая конвенция // Художественный журнал. 2004. URL: <http://www.artpragmatica.ru/persons/?uid=75>
4. Елагина А.С. Детские школы искусств в системе дополнительного образования в сельской местности // Педагогический журнал. 2019. Т. 9. № 4В. С. 564-572.
5. Елагина А.С. Детские школы искусств как элементы социокультурной среды сельской местности: региональные аспекты // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 5В. С. 315-322.
6. Елагина А.С. Развитие детских школ как элемента Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года: институционально-культурологические аспекты // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 5В. С. 306-314.
7. Елагина А.С. Состояние и развитие образовательной деятельности школ искусств в сельской местности // Современное педагогическое образование. 2017. № 2. С. 10-13.
8. Кливзоник А.В. Инновационные формы концертно-просветительской деятельности: современный подход // Научная палитра. 2017. 4 (18). URL: [https://s.esrae.ru/culture/pdf/2017/4\(18\)/436.pdf](https://s.esrae.ru/culture/pdf/2017/4(18)/436.pdf)
9. Ядгаров Я.С. История экономических учений. М.: ИНФРА-М, 1998. 480 с.
10. Bull A. Class, control, and classical music. – Oxford University Press, 2019.

### On the question of the possibility of valorization of classical music concerts in Pridnestrovie

**Stefan B. Muntean**

Master's Student,  
Peoples Friendship University of Russia,  
117198, 10/2, Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russian Federation;  
e-mail: [information@rudn.ru](mailto:information@rudn.ru)

#### Abstract

In an era of rapid technological development, the concert industry faces many challenges, and at the same time, opportunities to conquer the market and consumers, but this is becoming more and more difficult. The new situation in culture requires a new convention – consumerism. A pragmatic approach to the valorization of an aesthetic product is needed. The valorization of classical music concerts in Pridnestrovie is possible taking into account the introduction of modern approaches, innovations, and technological means in concert activities, since modern audiences are becoming more demanding, expecting not only high-quality music content, but also innovative technological solutions that improve the perception and value of the concert industry. This entails not only the transformation of the ways of interacting with the audience, but also affects organizational processes, economic models, and behavioral strategies. A diagnostic analysis of the industry in

Pridnestrovia, has revealed key points that will help improve the situation of classical music promotion, namely: entertainment, uniqueness, betting on "stars", expanding the number of performances at non-traditional venues for concerts, reliance on marketing and advertising, partnership and sponsorship, the introduction of various genres and styles, strengthening organizational issues, etc.; this will make it possible to valorize concert activities due to increased attention from viewers / listeners and the media, followed by an increase in the number of rentals of these events, and justification for higher ticket prices.

### For citation

Muntean S.B. (2024) K voprosu o vozmozhnosti valorizatsii kontsertov klassicheskoi muzyki v Pridnestrov'e [On the question of the possibility of valorization of classical music concerts in Pridnestrovia]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 14 (2A), pp. 311-318. DOI: 10.34670/AR.2024.89.72.039

### Keywords

Valorization of art, classical music, innovation, Pridnestrovia, concert.

### References

1. Bull, A. (2019). *Class, control, and classical music*. Oxford University Press.
2. Dolgin A. Valorizatsiya iskusstva: zolotoi standart ili novaya konventsiya [Valorization of art: gold standard or new convention]. *Khudozhestvennyi zhurnal* [Art magazine]. Available at: <http://www.artpragmatica.ru/persons/?uid=75> [Accessed 02/02/2024]
3. Elagina A.S. (2017) Sostoyanie i razvitie obrazovatel'noi deyatel'nosti shkol iskusstv v sel'skoi mestnosti [State and development of educational activities of art schools in rural areas]. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie* [Modern teacher education], 2, pp. 10-13.
4. Elagina A.S. (2018) Detskie shkoly iskusstv kak elementy sotsiokulturnoi sredy sel'skoi mestnosti: regionalnye aspekty [Children's art schools as elements of the socio-cultural environment in rural areas: regional aspects]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (5B), pp. 315-322.
5. Elagina A.S. (2018) Razvitie detskikh shkol kak elementa Strategii gosudarstvennoi kul'turnoi politiki na period do 2030 goda: institutsional'no-kul'turologicheskie aspekty [The development of children's schools as part of the Strategy for the state cultural policy for the period until 2030: institutional and culturological aspects]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (5B), pp. 306-314.
6. Elagina A.S. (2019) Detskie shkoly iskusstv v sisteme dopolnitel'nogo obrazovaniya v sel'skoi mestnosti [Children's art schools in the system of additional education in rural areas] *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 9 (4B), pp. 564-572.
7. Golub' N.A. (2020) Valorizatsiya pridnestrovskogo iskusstva v novoi kul'turnoi situatsii [Valorization of Transnistrian art in the new cultural situation]. In: *Aktual'nye voprosy ekonomicheskoi nauki* [Current issues of economic science]. Tiraspol.
8. Klivzonik A.V. (2017) Innovatsionnye formy kontsertno-prosvetitel'skoi deyatel'nosti: sovremennyyi podkhod [Innovative forms of concert and educational activities: a modern approach]. *Nauchnaya palitra* [Scientific palette], 4 (18). Available at: [https://s.esrae.ru/culture/pdf/2017/4\(18\)/436.pdf](https://s.esrae.ru/culture/pdf/2017/4(18)/436.pdf) [Accessed 02/02/2024]
9. Verevkina Yu. (2012) Akademicheskaya muzyka v neprivychnykh usloviyakh (sistematika kontsertnykh form) [Academic music in unusual conditions (systematics of concert forms)]. *Yuzhno-Rossiiskii muzykal'nyi al'manakh* [South Russian Musical Almanac], 1, pp. 42-47.
10. Yadgarov Ya.S. (1998) *Istoriya ekonomicheskikh uchenii* [History of Economic Thought]. Moscow: INFRA-M Publ.