

ФУНКЦІОНУВАННЯ МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ВІД КОНЦЕРТУ ДО ОДИНИЦІ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Здійснено дослідження засадничих принципів функціонування музичної індустрії в сучасній Україні, які відображені в культурній політиці та законодавстві України, шляхом проведення аналізу політики в сфері культури щодо музики та концертно-гастрольної діяльності артистів в різні періоди існування Радянського Союзу і співвідношення з сучасним станом справ на музичному ринку України. Використано системний та діалектичний підхід, методи аналізу і синтезу, опису і порівняння. Проаналізовано термінологічну базу українського законодавства про культуру, яка стоєть функціонування музичної індустрії та ринку. Визначено відсутність термінів на позначення діяльності щодо виробництва комерційного музичного продукту, хоча музичний ринок продовжує працювати навіть в умовах воєнного стану. Здійснено аналіз засадничих принципів культурної політики СРСР щодо музики в різні періоди та визначено основні органи державної влади, які здійснювали контроль над концертно-гастрольною діяльністю артистів.

Ключові слова: музична індустрія, музичний твір, авторське право, концерт, роялії, музичний продукт, артист, музика, культурна політика.

Актуальність дослідження. Українська музична індустрія сьогодні продовжує працювати, не дивлячись на війну. З'являються нові цікаві артисти. При цьому українські музичні виконавці не тільки працюють на національному ринку, але й створюють музичний продукт на експорт. Наприклад, випускаючи пісні польською мовою, записуючи спільні дуети з артистами з інших країн: Alyona Alyona, Jerry Heil, Wellboy, Нікіта Кісельов та інші. Крім цього, вони беруть участь у міжнародних фестивалях, виступають на "Євробаченні", стаючи культурними амбасадорами.

Ситуація війни не тільки не зупинила представників музичної індустрії у їхній діяльності, але й визначила чіткі напрями у творчості артистів. Зокрема, мова про творення нових україномовних пісень, які допомагають українцям пережити різні емоції: розпачу, гніву, радості, очікування. І хоча в перший місяць повномасштабного вторгнення було майже неможливо слухати музику, але далі інтерес слухачів поживався з огляду на появу нових пісень від популярних українських виконавців, присвячених темі війни. Однією з таких пісень стала пісня Max Barskih "Буде весна", яка вийшла в березні 2022 року. Фактично ця пісня виявилась початком нового етапу розвитку української музичної індустрії, адже визначила споживчі пріоритети у творах (текст, мелодія) на період воєнного стану. Нині в українському суспільстві йде активна дискусія про "шароварщину" в музиці, але в будь-якому разі поява такої дискусії вже засвідчує динаміку в індустрії.

Висвітлюючи означені тенденції, важливо запровадити фахову дискусію з приводу засад функціонування музичної індустрії. Передусім говоримо про такі засади, як: філософські – з'ясування суті понять та термінологічної бази; політико-правові – перегляд та уніфікація існуючого законодавства у сфері культури, аудіовізуального виробництва, авторського права, концертно-гастрольної діяльності та приведення норм законодавства у відповідність до норм права ЄС; запровадження політики підтримки молодих виконавців на державному та місцевому рівнях; економічні – розробка ефективних механізмів збору роялії та податкових пільг для музикантів-початківців; культурологічні – ціннісний вимір існуючої моделі виробництва і споживання музичного продукту в Україні.

З огляду на вищезначене вважаємо за необхідне почати фахову дискусію, сфокусувавши увагу на дослідженні філософських та культурологічних засад функціонування музичної індустрії в сучасній Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проаналізувавши наукові публікації українських дослідників, які стосуються музики, можемо дійти висновку, що більшість з них присвячені історії та педагогіці музики, а також мистецтву музичного виконання. Про функціонування музичної індустрії, економіку музики, музичний менеджмент, маркетинг артиста кількість публікацій є мінімальною. Такий стан справ в нашій країні обумовлений традицією розуміння музики виключно як сфери мистецтва, але не економіки. Тому наукові публікації зосереджують увагу на академічній музиці; значно менше – спрямовані на дослідження музики популярної, що приносить доходи.

Крім цього, існує плутанина понять, що вживають на позначення досліджуваної сфери діяльності, і їх множина. Українські науковці з різних сфер: економіки, менеджменту, музичного мистецтва, культурології, — використовують поняття "менеджмент соціокультурної діяльності", "музичний менеджмент", "менеджмент шоу-бізнесу", "менеджмент артиста". Це ж стосується і спеціальностей для підготовки фахівців, які, здобувши освіту, можуть працювати на музичному ринку. Такі дані відображені в аналітичному дослідженні музичного ринку України та його зовнішньоекономічних перспектив (2020) [Дослідження музичного..., 2020], матеріали якого були використані в цій статті.

Для здійснення цього дослідження нами було виділено ряд наукових публікацій наступних авторів: 1) Ю. Степанець та А. Штефан, праці яких присвячені авторському праву в музичній індустрії; 2) Л. Обух (2020) – роботи щодо історіографії менеджменту музичної культури; 3) Ю. Каганов (2019), В. Левко (2021), К. Нікітенко (2017), Е. Rindzevičiūtė (2008) та А. Zvorykin (1970) – щодо ціннісних засад культурної політики в сфері музики в Радянському Союзі; 4) К. Butsabani (2023) – про південнокорейську політику підтримки розвитку K-pop.

Поняття музичного продукту та структура музичної індустрії визначені нами раніше в авторській публікації, присвяченій моделям виробництва і споживання сучасного музичного продукту [Parkhomenko..., 2020].

Для дослідження філософських та культурологічних засад функціонування музичної індустрії в сучасній Україні важливо було також проаналізувати термінологічну базу, яку використовує законодавство України стосовно культури та захисту авторських і суміжних прав. Крім цього, було проведено порівняння з термінами, які прийняті в законодавстві про музичну індустрію в Південній Кореї. У цій статті також опрацьовані відкриті матеріали ЗМІ щодо стану справ на музичному ринку України після повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Використано статистичні матеріали з офіційного сайту однієї з провідних статистичних компаній в світі Statista.com задля висвітлення питання формування доходів сучасних артистів та компаній-правовласників.

Метою статті є дослідження функціонування музичної індустрії в сучасній Україні задля з'ясування засадничих принципів політики в цій сфері шляхом аналізу політики у сфері культури щодо музики та концертно-гастрольної діяльності артистів в різні періоди існування Радянського Союзу і проведення співвідношення з сучасним станом справ на музичному ринку України.

Методи дослідження. Методологічним базисом дослідження став системний підхід, що відображений у розумінні музичної індустрії як сукупності підприємств (виробництв), які прагнуть передусім комерціалізувати власний продукт виробництва. Різні суб'єкти музичного ринку продукують правила гри в полі культурного виробництва, які стосуються їх сфери діяльності. Це, в свою чергу, свідчить про динамічний розвиток музичного бізнесу в світі.

Використання діалектичного підходу дозволило виявити ціннісні протиріччя політики в сфері культури й музики в сучасній Україні та провідних країнах світу, зокрема: США, Великобританії, Німеччині, Південній Кореї.

Методи аналізу і порівняння використані в дослідженні термінологічної бази щодо функціонування музичної індустрії, розуміння сутності музичного продукту та захисту авторських прав у сфері музики, що відображено в чинному законодавстві України та законодавстві Південної Кореї.

Історико-логічний метод було застосовано задля реконструкції ціннісних засад політики Радянського Союзу в сфері музики, адже Україна довгий час знаходилася в окупації, що вплинуло на сьогоднішню політику в царині культури.

Метод опису і синтезу використано з метою опрацювання статистичної інформації про формування доходів у сучасній музичній індустрії в світі та інформації зі ЗМІ про стан музичного ринку в Україні після повномасштабного вторгнення.

Виклад основного матеріалу дослідження. В українському законодавстві відсутній термін "музична індустрія". Нормативно-правове регулювання в сфері виробництва і споживання комерційного музичного продукту представлене наступними термінами:

1. Закон України "Про культуру" від 14 грудня 2010 року зі змінами та доповненнями – "недраматичний музичний твір", "національний музичний продукт".

2. Закон України "Про авторське право та суміжні права" від 1 грудня 2022 року зі змінами та доповненнями – "аудіовізуальний твір", "музичний кліп", "вироблення фонограми", "виробник фонограми", "вироблення відеограми", "виробник відеограми", "відеограма", "фонограма", "твір", "запис", "виконавець".

3. Закон України "Про гастрольні заходи" від 10 липня 2003 року зі змінами та доповненнями – "гастрольні заходи", "учасник гастрольних заходів", "гастролери".

4. Закон України "Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і (або) суміжних прав" від 15 травня 2018 року зі змінами та доповненнями – "організація колективного управління". Цей термін важливий для досліджуваної теми з огляду на збір і розподіл роялті музичним виконавцям.

Фактично законодавець в різних нормативно-правових актах, дотичних до сфери культури та авторського і суміжних прав, фіксує наявність музичного продукту та його виробників, однак не називає останніх в якості конкретних суб'єктів ринку, як от: лейбл, звукозаписуюча студія, дистриб'ютор, продюсерська компанія тощо.

Натомість законодавець використовує термін "недраматичний музичний твір", який означає "твір з текстом або без, який не призначений для сценічного показу або театральної постановки, а також публічного виконання у театральному мистецтві" [Про культуру...]. Термін виокремлює твори, призначені для виконання в театрах, і твори, які для виконання в театрах не призначені. Останні слід вважати "недраматичними".

Крім цього, в законодавстві використано термін "національний музичний продукт", який означений як "фонограма, відеограма, музичний кліп" [Про культуру...]. Національну ознаку подано через мову виконання – українську або ж мову корінних народів, що проживають на території України. Проте окремо визначення терміна "музичний продукт" законодавець не дає. З огляду на формулювання, запропоноване в ЗУ "Про культуру", можемо зробити висновок, що музичний продукт є об'єднуючим поняттям для форм, яких може набувати музичний твір (драматичний чи недраматичний) в процесі його комерціалізації – фонограма, відеограма, музичний кліп.

Що ж до визначення терміна "аудіовізуальний твір" [Про авторське...], то в контексті виробництва музичного продукту аудіовізуальним твором є музичний кліп, який демонструється за допомогою спеціальних технічних засобів. Музичний твір і музичний кліп по суті є записом, який може мати копії для розповсюдження.

З аналізу термінологічної бази українського законодавства про культуру важко зрозуміти, чи слід вважати музичний недраматичний твір креативним продуктом або чи надають їх виробники культурні послуги населенню. Адже музика, в тому числі й популярна, а також проведення гастрольних заходів, концертів задовольняють культурні потреби споживачів і можуть сприяти їх особистісному розвитку, відпочинку. Отже, нині українське законодавство про культуру прямо не визначає, що таке комерційний музичний продукт, який є результатом виробництва в музичній індустрії і призначений для реалізації на музичному ринку. Хоча маємо такий продукт і ринок в країні.

Музична індустрія функціонує як сукупність підприємств різних форм власності, що спеціалізуються на виробництві, розповсюдженні, просуванні та реалізації музичних творів (пісень, мелодій без тексту). Це класичне розуміння поняття "музична індустрія", що сформувалося в умовах ринкових відносин в демократичних країнах світу.

Як приклад можна розглянути поняття музичної індустрії в законодавстві Південної Кореї. Згідно зі статистичними даними про музичний експорт, Південна Корея в 2021 році заробила більш як 775 млн дол. США [Value of Music Industry exports..., 2023]. Мова йде про експорт музики жанру K-pop, яка є досить популярною в світі. Опитування від 2022 року, яке проводила організація Statista Research Department (EU), свідчить, що

цей музичний жанр має популярність 46 % серед опитаних респондентів із 26 країн світу [Popularity of South Korean pop music..., 2023]. Це суттєвий показник. К-поп слухають далеко за межами країни-виробника. Одним із факторів, що обумовлює такий результат, є вбудована законодавча система у сфері культурних і креативних індустрій, де музична індустрія розуміється як бізнес-діяльність. Південнокорейський закон про музичну індустрію, або Music Industry Promotion Act, визначає, що термін "музична індустрія слід відносити до індустрії створення, публічного виконання (демонстрації) і навчання музики; виробництва, дистрибуції (розповсюдження), експорту й імпорту музичних записів, музичних файлів, музичних відеопродуктів і музичних відеофайлів; виробництва музичних інструментів і звукового обладнання; караоке-бізнесів; та інших індустрій, пов'язаних з вищезначеними індустріями" [Music Industry..., 2006]. Як бачимо, в статті закону говориться про індустрію як про виробництва або підприємства, що мають бізнес-інтереси. Адже популярна музика є комерційним продуктом, що створюється для масового споживача (слухача).

Південнокорейське законодавство про музичну індустрію розкриває значення термінів, зосереджуючи увагу на продукті виробництва: музичний запис, музичний файл, музичний відеофайл (наприклад, кліп на пісню), музичний відеопродукт (пов'язаний з публічним виконанням). Така логіка ґрунтується на принципах захисту прав інтелектуальної власності та авторського права. Звичайно, це є традицією й важливою складовою правової культури провідних демократичних країн світу, де наріжним каменем у законодавстві й діяльності різних суспільних інститутів є захист права власності автора (виробника і виконавця в контексті діяльності в музичній індустрії).

Якщо здійснити історико-ретроспективний аналіз становлення музичної індустрії в США, то передусім з'являються організації, що фіксують авторське право, а саме: музичні видавництва (паблішери). Така діяльність, або publishing, полягала у тому, що автору музики необхідно було зафіксувати на нотному стані власноруч створену мелодію у вигляді нот. Внизу на нотному стані музичний видавець вказував ім'я та прізвище автора музики. Пізніше ці організації з видавців нот перетворилися на компанії, які ліцензують авторські права та допомагають музичним виконавцям (артистам) отримувати різні види роялті. Нині це є основним видом діяльності паблішерів на музичному ринку. Однак ці компанії можуть функціонувати в повній мірі, тільки якщо в країні діє законодавство із захисту прав інтелектуальної власності та авторського права; в законодавстві зафіксовані види роялті та прозора працюють механізми його збору.

В Україні ж нині проблемою лишаються захист авторських прав автора і виконавця й наявність прозорих і дієвих механізмів збору різних видів роялті. Крім цього, проаналізувавши законодавство України в сфері культури, приходимо до висновку, що відсутні терміни, які позначають, чим є музична індустрія та що таке комерційний музичний продукт, орієнтований на масового споживача; невизначеними є суб'єкти, які здійснюють діяльність на музичному ринку України. Проте, як бачимо, ознаки функціонування ринку присутні: є виробники музичного продукту (продюсерські компанії, лейбли, звукозаписуючі студії, артисти та їх команди як фізичні особи-підприємці), функціонують дистриб'ютори (розповсюджені), здійснюють свою діяльність й музичні видавництва, хоча й частково. Також український музичний продукт експортується.

Однак на яких засадах і принципах функціонує музичний ринок, не є зрозумілим з огляду на відсутність політики та законодавства, що фіксувало б правила гри в індустрії та визначало б гравців на ринку.

Якщо поглянути на доходи артистів в розвинутих країнах-демократіях, то найбільша частка припадає на доходи від стрімінгових платформ. Музику артисти слухають на YouTube, Spotify, Apple Music та інших стрімінгових платформах і відеохостингах, результатом чого є отримання артистом цифрових роялті. Це найбільша стаття доходів в бюджеті артиста. Нині 65 % доходів у світовій музичній індустрії є доходами від прослуховування на стрімінгових сервісах [U.S. Music Industry..., 2023]. Такі доходи отримують як артисти, так і компанії (лейбли), котрі виступають правовласниками.

В Україні ситуація інша: доходи артиста формуються передусім від концертно-гастрольної діяльності. Розуміємо, що цьому сприяє відсутність законодавства, яке б регулювало роботу суб'єктів музичного ринку. Також невирішені питання отримання грошової винагороди музичним виконавцем від фізичних та юридичних осіб, що є підприємствами та використовують музику артиста (автора). До повномасштабного вторгнення РФ в Україну, в лютому 2022 року, парадигма заробітку артиста в Україні була заснована перш за все не на одиниці авторського права як можливості мати постійний дохід від стрімінгових сервісів, а на публічному виконанні або концертно-гастрольній діяльності. Українські артисти в ЗМІ зауважують, що необхідно врегулювати питання отримання роялті артистами в достатній мірі та використовувати прозорі і зрозумілі механізми його збору [Що таке роялті..., 2023]. Це важливо, адже від початку повномасштабного вторгнення артисти майже не проводять комерційних концертів. Мова про благодійні виступи. Також нікуди не зникла проблема піратства в Україні. Адже музичні телеграм-канали часто надають можливість скачати трек артиста.

Звісно, нині українські артисти мають доходи від стрімінгових сервісів: YouTube, Spotify і Apple Music. CEO музичного паблішера "Best Music" Мар'яна Вороніна говорить в інтерв'ю тижневику Forbes, що це стало можливо завдяки декільком факторам: 1) українці почали масово слухати українську музику та уникати російських треків; 2) стрімінгові сервіси закрили регіональні офіси в столиці країни-агресорки, а YouTube припинив монетизацію контенту в РФ [Карманська..., 2023]. Фактично відбулася переорієнтація українського музичного ринку та змінилися музичні вподобання українського слухача. Відповідно, стрімінгові сервіси перестали пропонувати в плейлістах українському слухачу російську музику, що теж сприяє популяризації українського музичного контенту та артистів.

Однак підкреслимо, що в ході цього дослідження важливо говорити про те, що в Україні ситуація формування доходів артиста передусім від концертно-гастрольної діяльності має історичне коріння, яке сягає управління сферою музики та концертної діяльності в Радянському Союзі. Спробуємо детальніше розкрити цю тезу.

Як зазначає А. Зворикін та його колеги в дослідженні про культурну політику СРСР, опублікованому під егідою ЮНЕСКО, культурну політику Радянського Союзу слід аналізувати по наступних періодах [Zvorykin, 1970: 14–17]:

1) 1917–1927 pp.;

2) 1928–1958 pp.;

3) від 1958 р. (прим. – А. Зворикін не називає дати закінчення цього періоду, адже його наукова праця видана у 1970 році).

Важливо підкреслити, що в кожному з цих періодів політика щодо артистів, колективів, їхніх виступів та звукозаписів була виключно ідеологічною. Тексти пісень та виступи (концерти) артистів підлягали перевірці та контролю. Впроваджувалася і аж до перебудови зберігалася цензура.

У першому періоді, від 1917 по 1927 рр., політика СРСР у сфері культури щодо масових видовищ (зокрема й концертів артистів) та музики (тексти та звукозаписи) базувалася на принципі відмови від усього буржуазного, заборони культурного продукту, що суперечив партійній ідеології. Задля налаштування тотального контролю за культурним (духовним) виробництвом був розпочатий процес інституалізації "нової" соціалістичної культури пролетарського стибу. Передусім з цієї метою були створені спеціальні відділи та комітети в органах влади. У 1923 році був утворений Головний комітет по контролю за видовищами та репертуаром, або "Головнорефертком". Комітет слугував контролюючим органом, що здійснював ретельний нагляд за тим, які програми та виступи повинні були демонструватися публіці та яким чином це мало відбуватися. У той час і в умовах цензури артист чи колектив не могли просто так за власним бажанням потрапити на сцену. Вищеназваний комітет розробив чіткі інструкції, яким чином мав проходити концерт, а також зобов'язував локацію для виступів надавати безкоштовні місця представникам контролюючих органів безпосередньо під час концерту. Крім цього, дійство на сцені мало бути зрозумілим простому люду – робітникам. Це стосувалося й текстів пісень, які мали возвеличувати досягнення партії та бути ближчими до народу в емоційному аспекті. Говоримо про пісню як інструмент для пропаганди. Тоді вживали термін "радянська масова пісня". Про авторські гонорари мова не йшла. Пісня, яку було дозволено публічно виконувати на сцені, робити її запис і видавати на грамплатівках, – ставала народною.

Важливо підкреслити, що в цей період не варто говорити про масову освіченість населення та розуміння простим людом сенсу культури й мистецтв. Поряд з монополізацією влади в сфері культури відбувалася робота з відкриття шкіл в республіках, аби громадяни здобували освіту. Гуманітарний напрям в освіті слугував можливістю для виробництва й поширення ідеологічних наративів. У сфері культури проектували дозвілля громадян, створюючи інфраструктуру з контролюючими органами, локаціями для виступів та мережею освітніх закладів для різних вікових категорій, де талановита молодь, що прагнула визнання й сцени, могла здобути освіту. Трохи пізніше були створені клуби й будинки культури.

Варто зауважити, що перші державні концертні організації з'являються в Радянському Союзі вже у 1921 році. Однак мова йде про більш академічні концерти, а не про суто концерти популярної музики, як ми це зараз розуміємо. Тому й акцент у вимогах контролюючих органів ставився на спрощенні музичного контенту та його зрозумілості. Передусім філармонії стають осередками для таких виступів. Термін "естрада" з'являється в цей період, але на позначення масової радянської пісні, яку творять поети-пісенники та радянські композитори.

У другому періоді, від 1928 по 1958 рр., з'являються державні об'єднання, або союзи, композиторів, літераторів та інших представників творчої спільноти. Проте ці об'єднання формують виключно держава. Зокрема, в 1932 році створено Союз композиторів СРСР. Також створюється ряд органів, які покликані контролювати

естрадно-вокальну діяльність артистів та колективів, а також композиторів та поетів-пісенників:

1) Державне об'єднання музики, естради й цирку (1931 р.);

2) Всесоюзний комітет по справах мистецтв (1936 р.). В комітеті також був сектор з концертної діяльності при Управлінні музичних установ;

3) Всесоюзне концертно-естрадне гастрольне об'єднання (1938 р.).

Розуміємо, що в цей період керівництво СРСР здійснював Й. Сталін, тому диктаторський режим тільки посилював тиск на творчу спільноту: контролю і цензури ставало ще більше. В 1933 році вийшла урядова постанова про державний контроль над випуском музичних матеріалів та засобами їх відтворення. Однак культурна політика в цей період зосередила увагу на кінематографі як такому, що мав більший потенціал для впливу на маси з ідеологічної точки зору. Тоді ж набуває розвитку і поширення пісня з кіно, яка отримує популярність.

У третьому періоді, від 1958 по 1989 рр., культурну політику в Радянському Союзі здійснює Міністерство культури, яке з'явилося трохи раніше, в 1953 році. Цей орган було створено шляхом об'єднання інших міністерств, комітетів та управлінь: кінематографу, вищої освіти; комітетів радіоінформації, мистецтва; управління поліграфії, книжкових видавництв та книжкової торгівлі. Що ж до сфери естради, вокалу та концертно-гастрольної діяльності артистів, то в 1956 році створили державне підприємство – Держконцерт (Госконцерт). Це підприємство функціонувало на базі Всесоюзного концертно-естрадного гастрольного об'єднання (1938–1956 рр.).

Що ж до набуття освіти у сфері музики, то важливо підкреслити, що талановита молодь могла вступати до музичних закладів освіти та закладів культури. Другі – мали виключно ідеологічне спрямування. Що ж до перших, то, провчившись музично-вокальному мистецтву, грі на музичних інструментах, випускники отримували направлення для роботи і мали відпрацювати певний період часу в визначених культурних і мистецьких закладах. Однак це не означало, що такі випускники могли просто так потрапити на сцену для виступу у філармонії чи на іншому концертному майданчику або ж виступати на сцені фестивалю чи зробити звукозапис. Це ж стосується і радіоэфірів, і телебачення. Хоча все ж якщо говорити про звукозаписи, то ситуацію кардинально змінила поява аудіомагнітофонів та касет. Поширення записаного музичного контенту, що по суті є піратським, неможливо було проконтролювати по всій території СРСР. Це була не тільки заборонена популярна музика з-за кордону, але й звукозаписи, які могли здійснювати творчі колективи, співаки й співачки – громадяни СРСР. Таким чином, поява технологій, що прискорювали поширення контенту і сприяли його швидкому виробництву й індивідуальному прослуховуванню аудиторією, суттєво вплинула на процес контролю над створенням та поширенням пісень в Радянському Союзі. Однак контроль над виступами на майданчиках зберігався.

Такий короткий огляд культурної політики СРСР щодо музики та публічних виступів артистів засвідчує логіку формування цієї політики та створення державних органів (комітетів, управлінь, міністерств) навколо основоположного принципу контролю над концертно-гастрольною діяльністю музичних виконавців і творчих колективів. Правлячу верхівку комуністичного режиму цікавили саме публічні виступи та їх змістове напов-

нення. Адаже в умовах відсутності доступу аудиторії до індивідуальних засобів відтворення музики першопочаткове значення мали майданчики, на яких публіка могла почути щось, що не відповідало ідеологічній лінії партії. Потрібно було контролювати, хто виступає, як виступає і з чим виступає. Тому створювалися чіткі інструкції, яким чином мали проходити концерти, а пізніше державою були створені творчі об'єднання композиторів і поетів. Авторство текстів пісень могло бути відібране державою, якщо та так побажала. Такими ж майданчиками були й радіо, кіно, а пізніше телебачення. З огляду на це в часи Радянського Союзу специфічним був і шлях до популярності молодого виконавця. Хоча той і повинен був мати талант, однак це не означало, що він може отримати республіканський рівень популярності. Адаже шляхи набуття ним популярності (канали комунікації з публікою) були ретельно контрольовані і цензуровані.

Висновки. Потрібно розуміти, що вищезначена радянська логіка формування політики щодо музичної індустрії навколо концертно-гастрольної діяльності продовжує функціонувати в сучасній Україні. Тобто для українців сьогодні: як для публіки, так і для артистів – в системі законодавства й управління домінує засадничий принцип її формування з акцентом на виступ артиста. Це підкреслено тим фактом, що українські артисти до пандемії та повномасштабного вторгнення, протягом майже 30-ти років незалежності, отримують доходи передусім від концертів. Механізм отримання ними різних видів роялті, що побудований на принципі забезпечення й захисту авторських та суміжних прав, потребував усі ці роки доопрацювання. І хоча в останні роки перед повномасштабним вторгненням артисти могли отримувати цифрові роялті зі стрімінгових платформ, але заробляти повноцінні доходи для здійснення творчої діяльності їм не вдавалося. Цьому передували ряд факторів, зокрема регіональна локалізація світового музичного ринку поза територією України. Наприклад, регіональні офіси передових музичних лейблів, стрімінгових платформ, дистриб'юторів були розміщені в столиці РФ. Тому українській публіці в плейлистах пропонувалося здебільшого слухати музичний контент російських музикантів, а не навпаки. Тобто український музичний ринок розглядався як провінційний та був частиною регіонального – російськомовного. Це суттєво впливало й на вподобання української публіки щодо вибору музики й улюблених артистів. Адаже мова йде про інституалізацію популярності через хіт-паради на цих стрімінгових платформах та пропонований ними контент.

Ситуація змінилася спонтанно внаслідок повномасштабного вторгнення РФ на територію України, що запустило цілий ряд реакцій, але за межами нашої держави. Окрім заборони на музичний контент, виробником якого є країна-агресорка.

Проведений нами аналіз законодавства України в сфері культури щодо функціонування музичної індустрії продемонстрував відсутність достатньої термінологічної бази, яка б без плутанини дозволяла визначати, чим є комерційний музичний продукт та які суб'єкти діють на музичному ринку України. Необхідно зауважити, що законодавець виокремлює термін "національний музичний продукт", певно, маючи орієнтир на отримання в майбутньому доходів від експорту музичного продукту та популяризацію української музики в світі.

Отже, нині українська культурна політика в сфері музики лишається в перехідному стані: коли законотворці та суб'єкти ринку тільки намагаються відмовитися від фокусу на концертно-гастрольній діяльності артистів

та колективів, що відображає систему контролю СРСР, і забезпечувати авторські та суміжні права артиста, що є характерною ознакою політики країн-демократій, що успішно експортують власні музичні продукти. Те ж стосується й української публіки, яка мала культурний досвід декількох поколінь у виготовленні піратських копій звукозаписів. Це, в свою чергу, також може впливати на те, що сьогодні українці не усвідомлюють проблеми копіювання, скачування чи використання чужих творів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Дослідження музичного ринку України та його зовнішньоекономічних перспектив (2020). *Soundbuzz*. URL: <https://www.soundbuzz.com.ua/uk/musicmarketua-ua>
- Левко, В. (2021). *Концерт як мистецьке явище в культурному просторі України другої половини XIX – початку XXI ст.: монографія*. Київ, НАККІМ, 153.
- Каганов, Ю. (2019). *Конструювання "радянської людини" (1953–1991): українська версія*. Запоріжжя, Інтер-М, 432.
- Карманська, Ю. Шебела, В. *Від 1000 доларів до 6000 доларів на місяць. Spotify, Apple і YouTube дали українській музиці нове дихання. Скільки виконавці заробляють на стрімінгах*. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/spotify-apple-music-i-youtube-music-dali-ukrainskiy-muzitsi-nove-dikhannya-skilki-ta-yak-vikonavtsi-zaroblyayut-na-strimingakh-28122022-10774>
- Нікітенко, К. (2017). Менеджмент митців у СРСР: між творчою промоцією і кримінальним переслідуванням (на прикладі рок-андеґранду 1960–1980-х рр.). *Вісник Львівської національної академії мистецтв*, 32, 26–43.
- Обух, Л. В. (2020). Історіографія виникнення та розвитку менеджменту музичної культури в науково-теоретичних проєкціях. *Modern culture studies and art history: an experience of Ukraine and EU: Collective monograph*. Riga, Izdevniecība "Baltija Publishing", 323–338.
- Про авторське право і суміжні права: Закон України* (2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855>
- Про гастрольні заходи: Закон України* (2004). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1115-15#Text>
- Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і (або) суміжних прав: Закон України* (2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2415-19#Text>
- Про культуру: Закон України* (2010). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
- Степанець, Ю. П. (2021). Музичний твір як об'єкт авторського права: поняття, ознаки та проблемні аспекти цивільно-правового регулювання в Україні. *Часопис цивілістики*, 42, 24–29.
- Штефан, А. С. (2017). *Авторське право та суміжні права: особливості правової охорони, здійснення та захисту: монографія*. Київ, НДІ інтелектуальної власності НАПрНУ, ТОВ "НВП Інтерсервіс", 151.
- Що таке роялті і чому його потрібно сплачувати* (2023). URL: <https://vikna.tv/styl-zhytlya/shou-biz/shho-take-royalti-i-chomu-jogo-potribno-splachuvat/>
- Butsaban, K. (2023). South Korean Government Policy in the Development of K-pop. *Journal of Letters*, 52(1), 1–28. URL: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jletters/article/view/262228>
- McCain, A. 30+ *Harmonious music industry statistics [2023]: worth, data, and revenue*. URL: <https://www.zipppia.com/advice/music-industry-statistics/>
- Music Industry Promotion Act: Law of South Korea* (2006). URL: <https://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menulid=2&query=MUSIC%20INDUSTRY%20PROMOTION%20ACT#iBgcolor1>
- Parkhomenko, I. & Berezovska, K. (2021). Production and consumption model of a modern music product. *Socio-Cultural Management Journal*, 4(2), 110–125.
- Popularity of South Korean pop music (K-pop) worldwide as of December 2022*. URL: <https://www.statista.com/statistics/937232/south-korea-kpop-popularity-worldwide/>
- Rindzevičiūtė, E. (2008). *Constructing Soviet Cultural Policy. Cybernetics and Governance in Lithuania after World War II*. Linköping, 278.
- U.S. Music Industry – statistics and facts* (2023). URL: <https://www.statista.com/topics/4948/music-industry/#topicOverview>
- Value of Music Industry exports from South Korea from 2005 to 2021* (2023). URL: <https://www.statista.com/statistics/625158/south-korea-export-music-industry/>
- Zvorykin, A. A. (1970). *Cultural policy in the Union of Soviet Socialist Republics*. Paris, UNESCO, 68.

REFERENCES

- Doslidzhennja muzycznogo rinku Ukraini ta jogo zovnishn'oeconomicnih perspektiv [Study of the music market of Ukraine and its foreign economic prospects] (2020). *Soundbuzz*. URL: <https://www.soundbuzz.com.ua/uk/musicmarketua-ua>
- Levko, V. (2021). *Koncert jak mistec'ke javishche v kul'turnomu prostori Ukraini drugoi polovini XIX – pochatku XXI st.: monografija* [The concert as an artistic phenomenon in the cultural space of Ukraine in the second half of

the 19th and the beginning of the 21st centuries: a monograph]. Kyiv, NAKKIM.

Kaganov, Ju. (2019). *Konstruivannja "radjans'koï ljudini" (1953–1991): ukrains'ka versija* [Construction of the "Soviet man" (1953-1991): Ukrainian version]. Zaporizhzhja, Inter-M.

Karmans'ka, Ju. Shebela, V. *Vid 1000 dolariv do 6000 dolariv na misjac: Spotify, Apple i YouTube dali ukrains'kij muzici nove dihannja. Skil'ki vikonavci zarobljajut' na strimingah* [From \$1,000 to \$6,000 per month. Spotify, Apple and YouTube gave Ukrainian music a new lease of life. How much artists earn from streaming]. URL: <https://forbes.ua/lifestyle/spotify-apple-music-i-youtube-music-dali-ukrainskiy-muzitsi-nove-dikhannya-skilki-ta-yak-vikonavtsi-zaroblyayut-na-strimingakh-28122022-10774>

Nikitenko, K. (2017). Menedzhment mitcv u SRSR: mizh tvorchoju promociju i kriminal'nim peresliduvannjam (na prikladi rok-andertraundu 1960–1980-h rr.) [Management of artists in the USSR: between creative promotion and criminal prosecution (on the example of the rock underground of the 1960s–1980s)]. *Visnik L'vivs'koï nacional'noï akademii mistectv*, 32, 26–43.

Obuh, L. V. (2020). Istoriografija viniknennja ta rozvitku menedzhmentu muzichnoï kul'turi v nauko-ve-teoreticnih proekcijah [Historiography of the emergence and development of musical culture management in scientific and theoretical projections]. *Modern culture studies and art history: an experience of Ukraine and EU: Collective monograph*. Riga, Izdevnieciba "Baltija Publishing", 323–338.

Pro avtors'ke pravo i sumizhni prava: Zakon Ukraïni [On copyright and related rights: the Law of Ukraine] (2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855>

Pro gastro'ni zahodi: Zakon Ukraïni [On touring events: the Law of Ukraine] (2004). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1115-15#Text>

Pro efekтивne upravlinnja majnovimi pravami pravovlasnikov u sferi avtors'kogo prava i (abo) sumizhnih prav: Zakon Ukraïni [On effective management of property rights of rights holders in the field of copyright and (or) related rights: the Law of Ukraine] (2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2415-19#Text>

Pro kul'turu: Zakon Ukraïni [On Culture: the Law of Ukraine] (2010). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>

Stepanec', Ju. L. (2021). Muzichnij tvir jak ob'ekt avtors'kogo prava: ponjattja, oznaki ta problemni aspekti civil'no-pravovogo reguljuvannja v Ukraïni [Music as an object of copyright: concepts, signs and problematic aspects of civil law regulation in Ukraine]. *Chasopis civilistiki*, 42, 24–29.

Shtefan, A. S. (2017). *Avtors'ke pravo ta sumizhni prava: osoblivosti pravovoï ohoroni, zdijsnennja ta zahistu: monografija* [Copyright and related rights: peculiarities of legal protection, implementation and protection: monograph]. Kyiv, NDI intelektual'noï vlasnosti NAPRNU, TOV "NVP Interservis".

Shho take rojal'ti i chomu jogo potribno splachuvati (2023). URL: <https://vikna.tv/styl-zhyt'tya/shou-biz/shho-take-royalti-i-chomu-jogo-potribno-splachuvaty/>

Butsaban, K. (2023). South Korean Government Policy in the Development of K-pop. *Journal of Letters*, 52(1), 1–28. URL: <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jletters/article/view/262228>

McCain, A. 30+ *Harmonious music industry statistics [2023]: worth, data, and revenue*. URL: <https://www.zipppia.com/advice/music-industry-statistics/>

Music Industry Promotion Act: Law of South Korea (2006). URL: <https://www.law.go.kr/eng/engLsSc.do?menuId=2&query=MUSIC%20INDUSTRY%20PROMOTION%20ACT#iBgcolor1>

Parkhomenko, I. & Berezovska, K. (2021). Production and consumption model of a modern music product. *Socio-Cultural Management Journal*, 4(2), 110–125. URL: <https://www.statista.com/statistics/937232/south-korea-kpop-popularity-worldwide/>

Rindzevičiūtė, E. (2008). *Constructing Soviet Cultural Policy. Cybernetics and Governance in Lithuania after World War II*. Linköping.

U.S. Music Industry – statistics and facts (2023). URL: <https://www.statista.com/topics/4948/music-industry/#topicOverview>

Value of Music Industry exports from South Korea from 2005 to 2021 (2023). URL: <https://www.statista.com/statistics/625158/south-korea-export-music-industry/>

Zvorykin, A. A. (1970). *Cultural policy in the Union of Soviet Socialist Republics*. Paris, UNESCO.

Надійшла до редколегії 22.05.23

Iryna Parkhomenko, PhD (Philos.)
e-mail: ireneparkhomenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-8328-6774>
Kyiv National University of Culture and Arts,
36 Ye. Konovalets St., Kyiv 01601, Ukraine

THE FUNCTIONING OF THE MUSIC INDUSTRY IN CONTEMPORARY UKRAINE: FROM CONCERT TO COPYRIGHT

The relevance of the research lies in the need to determine the fundamental principles of the functioning of the music industry in contemporary Ukraine, as reflected in its policies and legislation, as Ukrainian artists continue to actively create music products despite the ongoing armed conflict. Artists in Ukraine require transparent mechanisms for generating their own income, based on a coordinated system of legislation. The article explores the fundamental principles of the functioning of the music industry in contemporary Ukraine, as reflected in Ukraine's cultural policy and legislation, through an analysis of cultural policies regarding music and concert activities of artists in various periods of the Soviet Union, and by comparing it with the current reality in the Ukrainian music market. The study used a systemic and dialectical approach, as well as methods of analysis, synthesis, description, and comparison. The terminological basis of Ukrainian cultural legislation pertaining to the functioning of the music industry and market is analyzed. The absence of terms designating activities related to the production of commercial music products is identified, despite the fact that the music market continues to operate even in times of martial law. An analysis of the fundamental principles of the USSR's cultural policy regarding music in different periods is conducted, and the main state authorities responsible for controlling the concert activities of artists are identified.

In the conclusions, it is emphasized that the roots of the fundamental principles of today's cultural policy in the field of music and concert activities in Ukraine still lie in the narrative of concert activities, as it was in the Soviet Union, but without ideological component. Although there are established norms of copyright legislation that allow for progress towards protecting the rights of Ukrainian artists. Further research can focus on studying the path to the popularity of a musical performer in the Soviet Union and comparing it with the situation in Ukraine: from independence to the present day.

Keywords: music industry, musical composition, copyright, concert, royalty, music product, artist, music, cultural policy.