Сегодня мы видим не имеющие целеустремленной внешней политики Соединенные Штаты, руководство которых не имеет единой точки зрения. С одной стороны, Обама боится выступать против России, говорит, что она не враг, и в то же время не говорит, что она друг. С другой стороны, сенатор Маккейн упрекает Америку в том, что она не занимает жесткой позиции.

Все это ведет к кризису политического руководства и способствует — как это ни прискорбно — ухудшению международной обстановки. Неустойчивая позиция Соединенных Штатов хотя бы косвенно, но оказывает влияние на появление тех же украинских националистов на политической площадке, в результате чего на Украине заживо горят люди. Номер журнала «Экономист» бьет тревогу. И эта тревога сегодня касается не только Америки, требуются усилия всего мирового сообщества для того, чтобы найти выход из тех конфликтов, которые существуют. Победителей в этих схватках не бывает, бывают только побежденные, причем чем они беднее, тем хуже им приходится.

НОВЫЕ МЕДИА

Г.Д. Гольденцвайг, кандидат филологических наук, преподаватель факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, научный сотрудник Университета Сёдертёрн (Стокгольм, Швеция); e-mail: g@goldenzwaig.com

ФЕНОМЕН «МУЗЫКИ-В-ОБЛАКЕ» В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ: ПРОБЛЕМАТИКА ЦЕННОСТИ

Статья представляет первые результаты продолжающегося исследования музыкальных культур среди молодежных аудиторий в Москве и Стокгольме. Кросскультурное исследование фокусируется на влиянии Интернета на использование музыки и значения музыки в повседневной жизни. Результаты показывают, что практики, связанные с музыкой, в России в основном сосредоточены на социальной медиаплатформе ВКонтакте. Практики, разворачивающиеся на этой и других платформах, образуют комплексные фолксономии онлайн- и оффлайн-прослушивания и общения, переплетающиеся с практиками слушания живой музыки.

Ключевые слова: *музыка, социальные медиа, медиапотребление, материальность, медиаэкономика.*

The article presents early insights from an ongoing study of music cultures among young audiences in Moscow and Stockholm. The cross-cultural study focuses on the impact of the Internet on music use and meanings of music in everyday life. The study reveals that the music-related activities in Russia are majorly concentrated on the social networking website VKontakte. Practices related to this and other platforms form complex folksonomies of online and offline listening and communication, intertwined with experiences of live music.

Key words: *music, social media, media consumption, materiality, media economy.*

Введение

Как влияют возможности Интернета на слушание музыки? В чем ее значение и ценность для молодой аудитории? Как накладываются музыкальные практики на матрицу повседневной жизни в геокультурном контексте?

Переход музыки как сегмента медиаиндустрии в виртуальную сферу описывается современными исследователями при помощи интернет-метафоры *облака*, децентрализованного виртуального пространства. Музыкальная индустрия в облаке движется от контроля меньшинства к свободному распространению, от доминирования музыки как продукта — к совершенствованию музыки как сервиса, от профессионализма — к любительству [Wikström, 2009, p. 5—9; Гольденцвайг, 2010]. Характерной для исследований в области музыки и медиа в последние годы становится образ эмансси-

пированной фан-аудитории [Baym, Burnett, 2009], пользующейся благами партисипаторной [Jenkins 2006] и коннективной [van Dijk, 2013] культур в Интернете.

Развитие технологий и упрощение доступа к информации влияет на музыку как «превосходный культурный материал для эмоциональной и личной сфер» [DeNora, 2000, p. 46—47]. Значения самого Интернета для музыки варьируются и адаптируются в различных национальных контекстах: национальный контекст, где встречаются глобальный и локальный культурные потоки, в значительной степени определяет практики медиапотребления [Baym, 2009; Regev & Seroussi, 2004; Österback, 2008; Goldenzwaig, 2005].

В практиках научных аудиторных исследований последних лет, описывающих слушание музыки, российский контекст практически не представлен. Между тем, недостаток анализа медиапроцессов с позиций аудитории ведет к созданию утопической картины, характеризуемой технологическим детерминизмом и довлением интересов медиаиндустрии (далеко не всегда идентичных реальным потребностям аудитории).

Дизайн и методология исследования

Наше исследование, проведенное в России и Швеции в конце 2012 — начале 2013 г., ставило целью выявить, как новейшее технологическое, социальное, геокультурное развитие влияет на практики слушания музыки и, в более широком ракурсе, на значение музыки в жизни молодых слушателей.

В фокусе этой статьи — практики российских слушателей, при этом в отдельных случаях, там, где это целесообразно с точки зрения контекстуализации, я обращаюсь также и к шведским практикам.

Методологически, квалитативное исследование базировалось на материале, полученном при проведении фокус-групп-интервью (9 в каждой стране продолжительностью около 1,5 часа, среднее количество участников — 4—5 человек). Структура интервью носила полуоткрытый характер: модератор следовал идентичному сценарию, обращаясь к одним и тем же темам. Метод фокус-групп-интервью был выбран как наиболее эффективный для создания свободной, коллективной картины предпочтений аудитории, где каждый участник мог свободно высказывать собственную точку зрения, дискутировать, соглашаться или не соглашаться с другими информантами [Hansen, Cottle, 1998, p. 257—258].

Вектор и глубина раскрытия индивидуальных позиций варьировались в зависимости от профиля и интересов группы. Как в России, так и в Швеции в фокус-группах принимали участие студенты, изучающие медиа, коммуникации и журналистику, в возрасте 17—24 лет. Большинство из них были знакомы друг с другом, но не

с модератором. Группы были сформированы по гендерному принципу: 3 «мужские», 3 «женские» и 3 смешанные. В дополнение к материалу фокус-групп были розданы и обработаны короткие опросники, фиксировавшие, в частности:

— регулярность использования Интернета в связи с музыкальными практиками;

— технические устройства, использующиеся для слушания музыки;

— массмедиа, использующиеся для слушания музыки;

— онлайн-платформы (сервисы, сайты, в том числе, социальные медиа), использующиеся для слушания музыки.

Это фрагментарное анкетирование носило компенсационную функцию по отношению к фокус-группам. Данные опросников не всегда были идентичны информации, полученной в ходе фокус-групп, и, с точки зрения валидности, мы полагаемся, прежде всего, на нарративы, прозвучавшие в рамках интервью.

Следует учитывать, что практики слушания музыки (как и любого медиапотребления) комплексны, не статичны и подвержены постоянным флюктуациям. В любом случае мы располагаем достаточным массивом данных, чтобы утверждать, что большинство российских информантов:

— слушают музыку ежедневно;

— слушают ее, прежде всего, с компьютера в стационарном режиме (дома) и, в меньшей степени, с мп3-плейера и/или мобильного телефона (в пути);

— менее регулярно, но в заслуживающей внимания степени слушают музыку по радио и на компакт-дисках;

— в качестве главной платформы, связанной со слушанием, поиском, либо обсуждением музыки, называют социальную сеть ВКонтакте.

Предварительные результаты исследования ниже представлены сообразно структуре проводившихся интервью. Информантам было предложено обрисовать, сравнить и обсудить привычные для них практики, связанные со слушанием музыки, вычленить и сопоставить онлайн- и оффлайнпрактики, картировать платформы, связанные со слушанием музыки, и, наконец, рассказать о социальных и экономических аспектах слушания музыки[1].

Музыка в повседневной жизни

Большинство информантов представляют себя как активных слушателей, хотя степень их заинтересованности и целенаправленного интереса к какому-либо типу музыки варьируется.

[1] Все имена в нижеследующих цитатах изменены.

М: Как вы себя представляете как слушателя музыки?

Анна: Скорее всего, как меломана.

Вера: Нет, точно нет.

Галина: Ну, я не знаю.

Дарья: Смотря, что считать меломаном, человека, который слушает все, да? Все подряд? Но я к таким не отношусь (смех). Все-таки выборочно.

Галина: Ну да, что приятно, то и слушаем (смех). Независимо от стиля, от исполнителя.

Анна: Да, точно.

Вера: Не 24 часа в сутки.

Галина: У меня, например, есть жесткие преференции. То есть я включаю радио, у меня есть выборка из трех радиостанций. Там «Финам-ФМ», «95 и 2» и «Максимум» — там, где играет рок-музыка. Я не стану там слушать «Лав-радио», оно у меня сразу же переключается на следующую кнопку.

М: Есть ли какие-то жанры, может быть, артисты, которые для вас особенно важны?

Вера: Мне нравятся латиноамериканская музыка, рок-н-ролл, рок и металл (смех).

Анна: Мне классика и дабстеп. Все.

Дарья: Я думаю, я больше отдаю предпочтение року и фолк-року.

Галина: Мне классический рок — 70-е, 80-е.

Вера: Но определенных артистов нет. То есть разброс большой слишком.

[ФГ 1610-3]

Практически во всех группах дискуссия о практиках повседневного слушания музыки переходит в эмоционально-настроенческую плоскость. Музыка предстает как *рефлектором* настроения, так и *инструментом* регулирования и нюансировки настроения. Примеры аналогичного понимания музыки с точки зрения саморегуляции и эстетической рефлексивности подробно представлены и описаны, в частности, у ДеНора [DeNora, 2000, p. 51—58].

Слушание максимально глубоко и прочно интегрировано в повседневную жизнь. Обнаруженные практики слушания в городе, в дороге, по дороге на учебу или на работу, в общественном транспорте, в машине или на прогулке вписываются в канву предыдущих исследований [Bull, 2007; DeNora, 2000], так же как именно в контексте городского ландшафта наиболее отчетливо проявляют себя эмоционально-компенсаторные и регулятивные функции музыки.

В то же время характерной для российской аудитории, особенно женской ее части, становится функция защиты. По сути, это та же эмоционально-компенсаторная функция, приоритезированная в условиях мегаполиса.

Ева: Музыка — как книга. Когда ты читаешь книгу, погружаешься в ее мир. Музыка — то же самое. Только ты погружаешься в мир звуков, а не в мир слов.

М: Как вы можете это мир описать?

Ева: Я думаю, что он параллельный. Когда я, например, еду в метро, я затыкаю уши музыкой и... мне уже не так тошно в этом метро. А еще бывает, я просто в общежитии живу, и когда шумят, классической музыкой затыкаю уши. Потому что тогда красиво, спокойно, без слов, не отвлекает и в то же время как-то тебя огораживает от всего, что вокруг происходит.

[ФГ 1510-1]

В целом взаимозависимость музыки и движения в городской среде отмечается постоянно — прежде всего в том, что касается связи музыки и настроения, но также и физических, телесных реакций. Это также перекликается с предыдущими международными аудиторными исследованиями.

Константин: Я бы про вождение чуть-чуть добавил.

Александр: Да, про машину. Как раз я тоже хотел.

Константин: Да, про вождение. Я подумал, что меня всегда музыка захватывает, поэтому я очень сильно боюсь включать музыку в машине. Потому что, если там включится «Highway to Hell», то я в самое туда и уеду. Потому что играет крутая музыка, нажал на газ! Поэтому, даже учитывая, что я только учусь водить, но, обязательно разо... Пока что радио точно включать не буду, потому что сильно меняет настроение, переживания.

[ФГ 1710-1]

Национально-жанровые детерминанты выбора

Характер представления собственного музыкального профиля («Какую музыку вы предпочитаете?») варьируется в значительной степени прежде всего в том, что касается индивидуальной иерархии, в которую у слушателей выстраиваются категории жанра, эпохи, гендера, географического происхождения музыки и т.д. Эти категории предстают в динамическом сочетании, дополняя друг друга.

Музыкальный профиль представляет собой одно из проявлений культурной идентичности. В российском материале особенно отчетливо предстают практики конструирования бинарных оппозиций, прежде всего в контексте национально-культурной идентичности. От интервью к интервью слушатели определяют свой музыкальный профиль, аппелируя к категориям «российской», «нашей» музыки и «иностранной» или «зарубежной». Здесь можно

усматривать признаки индивидуальных процессов самоидентификации в детально описанном контексте «Россия — Запад»[2].

В то же время речь, конечно, идет не об утрированном противопоставлении российской и иностранной музыки. Упрощение доступа к любому музыкальному материалу в Интернете, продолжающийся рост языковых навыков упрощают и диверсифицируют возможность выбора для аудитории: характерные для 1990—2000-х гг. дискуссии о противопоставлении российской и западной музыки, с точки зрения социального капитала слушателя или лингвистическо-эмоциональной доступности музыкального материала, не столь остро актуальны сегодня.

Примечательно другое.

От интервью к интервью, слушатели очерчивают свой музыкальный профиль через отрицание.

Борис: Я, может быть, буду непатриотичен, но я ничего русского не могу слушать.

Ева: А мне нравится. Правда, что касается русской музыки, я больше предпочтение отдаю тексту, нежели самой музыке.

М: А почему ничего не можете слушать русского?

Борис: Ну, естественно, я всех классиков, я сейчас не про них говорю, я говорю, что в современности звучит. Ну вот тексты, если послушать, то большинство песен, конечно, ни о чем.

(...)

Ева: Ты про какие группы и певцов говоришь?

Борис: Гуф, например (смех).

Ева: А. Ну я-то про «Кино», про «Наутилус Помпилиус».

Борис: Подожди, это классика, я не говорю про классику. Извини, я говорю сейчас про современность. Сейчас в мейнстриме в России всякая... либо клубняк какой-нибудь, со словами ни о чем. Ну, вроде как о любви, а вроде как не о любви.

[ФГ 1510-1]

Александр: Ну, послушиваю русский рок, по старой памяти, скорее. Там всякие «Ария», «ДДТ», «Кино», естественно — кто же не слушает «Кино» потихонечку вечерами? Тайком под одеялом!

[ФГ 1710-1]

Поп-музыка становится «попсой», стигматизируется в единственном конкретном случае: это музыка, сделанная в России. Один из первых шагов в представлении собственного профиля — дистанцироваться от «русской попсы» или, напротив, признать интерес к ней, и, в таком случае, это принимает форму каминг-аута. Аналогичное отношение — к российскому рэпу.

[2] «Вся российская культура базируется на противопоставлении чему-то. И понятно, что если нечему противостоять, то культура распадается», — респондент 51, Москва [Pilkington, Omelchenko, 2002, p. 201].

Екатерина: У меня под настроение вся музыка. И нашу российскую эстраду, в основном, не слушаю. В основном, все зарубежное.

Людмила: У меня то же самое. Во-первых, я не слушаю, в основном, русскую музыку, во-вторых, это все-таки зависит от настроения. И нет никаких предпочтений ни в исполнителях, ни в жанрах. То есть без разницы.

Наталья: Очень интересная аудитория (смех).

Людмила: Не знаю, правда, очень тяжело, потому что я слушаю все, начиная, не знаю, от «Кровостока» и заканчивая «Любэ» (смех). Вот чисто по настроению. Огромный разброс. Ну ладно, из всего, наверно, предпочитаю рэп. В тот числе русский, но хороший. Я не имею в виду там Гуфа или Басту (смех).

[ФГ 1610-4]

Светлана: У меня очень-очень странные предпочтения в музыке. В общем они очень разнообразные. (...) Питаю какую-то ненормальную для восемнадцатилетнего ребенка любовь к классической музыке. Другая моя часть любит... наверно, скорее это можно назвать роком. И смесь из нескольких песен попсы, нескольких песен даже русской попсы!

(...)

Ксения: У меня примерно то же самое. Исключаются только рэп и попса — такая русская, хорошая такая попса. Вот (смех). А так, то же самое — рок. Я тоже совершенно не разграничиваю направления, я понимаю, что есть русский рок и есть нерусский рок (смех). Русский рок — это, наверно, «Сплин», это Земфира, это Би-2 ... «Ляпис Трубецкой». Как бы очень много. А зарубежные — это Queen, Scorpions, это уже очень давно. И, наверно, навсегда.

[ФГ 1610-2]

Роман: Повозрослев, там, девятый класс, с другом начали фанатеть от рэпа. И причем от рэпа не русского, а американского, потому что, откровенно говоря, русский рэп — г**но. Что уж там греха таить.

Константин: За редкими исключениями.

Роман: За редкими исключениями. Я сейчас расскажу. Мы слушали Lil' Wayne, Kanye West, типа, ну, ну всякую нигерскую шантрапу (смех). Которая просто раскачивала круглые сутки. Вот, а русский рэп принципально я не слушаю, потому что то, что мне попадалось, это были такие парни с разбитым сердцем, из плохих районов, из плохих семей, которые там жили под мостом со своими пацанами и все в таком духе. И меня это прямо раздражало.

[ФГ 1710-1]

Очевидно, что наши информанты — студенты одного из главных университетов страны, для идентичности которых может быть существенной демонстрация хорошего (в их понимании) вкуса. При этом социальные истоки, например западной и российской рэп-музыки, о которой говорится в последнем нарративе, де-факто схожи, но в российской упаковке информант считает их непривлекательными, а в западной они не вызывают у него рефлексии.

Практики самоидентификации через отрицание, введения оппозиции «национальное-иностранное», немедленной стигматизации поп-музыки как области «низкой» культуры присутствовали только в российском материале: ни то, ни другое, ни третье не было замечено в Швеции.

Можно предположить, что поп-музыка, «русская попса» воспринимается аудиторией как выраженный социальный маркер, от которого она стремится максимально дистанцироваться.

С тех же позиций можно подойти к еще одному полю музыкальных предпочтений, ярко выраженному в российском материале (и практически не присутствующему в шведском), — классической музыке и джазу. Регулярный интерес к классике и джазу был озвучен в интерпретациях, варьирующихся по глубине в широком диапазоне: сравним три отрывка из нарративов ниже.

Анна: Ну, классика с утра обязательно. За чашкой кофе. Дабстеп — во время занятий спортом и в метро. Перед сном тоже классика. Все.

Галина: Да, я тоже по радио дома слушаю в основном классическую музыку. А в машине всегда диски с каким-нибудь роком, рок-н-роллом и так далее.

Вера: А классика помогает обычно при занятиях. Просто так заниматься скучно, обязательно что-нибудь фоном включаешь.

Галина: А я не могу заниматься с музыкой.

Вера: Что-нибудь, что не раздражает.

Галина: Наоборот, у меня должна быть идеальная тишина. А музыка — это как способ расслабиться, создать приятный фон, когда занимаешься делами, которые не требуют твоего умственного включения. (...) Я с утра включаю радио, у меня стоит на кухне аналоговый приемник, вот. И периодически у меня звучит такая шипящая классическая музыка. Мне это нравится, когда я собираюсь в университет: достаточно спокойно и не отвлекает.

[ФГ 1610-3]

Маша: Классическую музыку очень люблю. В основном немецкую, естественно. Бах, Моцарт... Я сейчас скачала себе Баха, оперу он писал для короля Фридриха. Мне очень нравится музыка в барочном стиле. Но это под определенное настроение.

[ФГ 1610-1]

Альберт: Что касается жанровой специфики, это классика, безусловно, причем желательно в исполнении оркестра под руководством Леонарда Бернстайна. Нью-Йоркский симфонический оркестр. Потом, это джаз, это, наверно, эстрада американская 1950—60-х гг. Та, которая не джаз, знаете, ду-воп и так далее... Целый месяц я сидел на, прошу прощения, Пятом концерте Бетховена. Дальше я плавно пересел на Platters, вчера был Брамс, а сегодня, я — господи, подо что же я ехал-то? — подо что-то тоже старенькое, вроде Лесли Гор, не помню. Сложно сказать, что-то бодрое или не бодрое, потому что Третью симфонию назвать бодрой сложно, скорее, наоборот, она меланхоличная. Более того, мажор уходит в минор.

Весьма сложно, но тем не менее это было адекватно настроению, поэтому она не оказывала никакого гнетущего впечатления, давления, ничего. Напротив, она поддерживала то настроение, которое было.

[ФГ 1810-2]

Показательно, что в работе группы Пилкингтон [Pilkington, Omelchenko, 2002], проводившей во второй половине 1990-х гг., пожалуй, самое обширное квалитативное исследование музыкальных предпочтений российской аудитории, классика практически не присутствует. Помимо вероятной значимости социального маркера классической и джазовой музыки, возвращение этих жанров (главным образом — классики) может объясняться упрощением доступа к любой музыке в Интернете. Говоря о функциях классической музыки, информанты регулярно возвращаются к утилитарным параметрам эмоционального регулирования.

Национальные и национально-жанровые маркеры присутствуют на карте музыкальных предпочтений российской аудитории и в более широком понимании, чем «российское — иностранное» («иностранное» вовсе не всегда понимается здесь как «западное»).

Ева: Мне нравится, например, то, что делают в Германии. Например, та же Lacrimosa швейцарская, хотя главный ее создатель — Тило — немец. Во-первых, мне сам язык нравится, во-вторых, вот эта тяжесть какая-то. У них есть какой-то определенный стиль: если брать именно металл, рок... Есть какой-то определенный стиль... Вот в Японии странная музыка.

Борис: Да, там очень электроника у них интересная.

Ева: Да у них там вся музыка, даже инструментал, очень странная.

(...)

Борис: И по радио, по-моему, BBC1, радио есть такое, там крутится разная музыка, но английская, конечно, в основном, у англичан очень много жанров, как бы поэтому.

[ФГ 1510-1]

Антон: В основном зарубежную музыку слушаю, а не отечественных исполнителей. То есть не просто британскую или американскую — других стран. Тоже там европейских или бывает еще: джаз, соул. Но это уже меньше.

Виктория: Можно скажу еще? Турецкий рок (смех). Я просто фанатка турецкого рока (смех). Открыла для себя. Антон сказал «разные страны». Это очень удобно, когда ты изучаешь язык, и мы очень много слушаем и французских песен, например. Вообще с помощью песен можно открыть для себя язык и полюбить. И так я открыла турецкий язык, только благодаря песням.

[ФГ 1510-2]

Юлия: Вот насчет этнической музыки — Blackmore's Night. Это последнее увлечение. Кустурица тоже.

Татьяна: Горан Брегович.

Юлия: Это у нас у всех болезнь. Такая атмосфера создается, вон Татьяна даже сербский начала учить (смех). На радостях.

(...)

Светлана: Бывает, я просто слушаю все подряд, ставлю в том же Вконтакте свой плейлист, и вот он идет как идет. Тогда я по большей части слушаю Заз и всякую французскую лабуду тоже.

[ФГ 1610-2]

Ничего подобного у шведской аудитории, национальным маркером почти не пользующейся, мы не обнаруживаем. Можно предположить, что каналы дистрибуции шведской музыкальной индустрии, как в традиционных, так и новых медийных формах, сформировались в эпоху главенствования рекорд-индустрии 1970—2000-х гг., где доминировал англо-американский и, в случае Швеции, национальный продукт[3]. Советский Союз и, впоследствии, Россия в это же время находились на периферии музыкальной индустрии, двигателем музыкального прогресса были здесь не столько рекорд-, сколько концертная и медиаиндустрия, что парадоксальным доступом оставляло ниши для проникновения на российский рынок немейнстримовых для остального мира национальных музыкальных культур. Возвращаясь к нарративам наших информантов, национальный маркер в происхождении музыки по-прежнему играет для них существенную роль как в диахронии, так и в синхронии.

Центральные фигуры влияния

Показательно, что наиболее регулярной фигурой, к которой возвращаются информанты, рассуждая о музыке (как в России, так и в Швеции), становится фигура отца. Повторим: здесь нет ни тени противопоставления «сегодняшней» музыки музыке старшего поколения, напротив, музыка старшего поколения регулярно присутствует в индивидуальных музыкальных экосистемах, а о влиянии или, как минимум, музыкальных интересах отца принято упоминать с симпатией и уважением («папины пластинки», «классический рок», AC/DC, Pink Floyd, Queen и, в особенности, The Beatles).

Дарья: Теперь я могу сама выбрать музыку, которая мне нравится, которую мне хотелось бы слушать. А раньше были только папины диски. Причем это, на самом деле, повлияло на мой музыкальный вкус, потому что папа у меня слушает Nirvana, Queen, там AC/DC. Поэтому как-то повлияло и на меня.

(...)

Галина: Я вспоминаю, как это было круто раньше, когда первые диски появились. У нас папе подарили на Новый год два диска. Как это было круто, элитарно иметь компакт-проигрыватель с этими дисками. И было ощущение... они все как бы ими менялись, то есть, обсуждали...

(...)

Вера: Мой отец, он занимался когда-то разными музыкальными технологиями, поэтому у меня дома очень крутая система с колонками, которые почти с меня ростом, поэтому обычно я слушаю на них. Любую музыку.

[ФГ 1610-3]

Тимофей: Не могу определенно сказать, что мне нравится какой-то один стиль.

Георгий: А что касается меня, тут можно поделить на две части. Это музыка, на которой меня воспитывал отец, — это джаз, это Джордж Бенсон, Норман Браун, Earth Wind and Fire, Kool & The Gang, Funkadelic. Все это слушалось на виниле и слушается сейчас. Собственно, это потрясающие группы. И те группы, к которым я приходил уже сам, — это вторая часть.

[ФГ 1810-1]

Было бы неверно объяснять значение роли отца лишь с гендерных позиций: ни старший брат, ни бойфренд, ни какие-либо другие родственники и близкие люди — мужчины, женщины не обладают для слушателей таким же авторитетом в вопросах музыки. Отчасти этот прецедент можно трактовать как более выраженный интерес мужчины-потребителя к технике и ее аксессуарам, а также более высокий уровень доходов, оставляющий больше возможностей для инвестиций в хобби, что впоследствии становится каналом коммуникации с ребенком. Чтобы исчерпывающе объяснить этот феномен, требуется отдельное фокусное исследование.

В то время как категории жанра, эпохи, места происхождения музыки, очевидно значимы для аудитории, крайне немногие демонстрируют фан-привязанность к определенным артистам — в таком случае речь идет чаще об определенных коммьюнити (рэп, металл и т.д.). И даже эти прецеденты в нарративах не доминируют. Здесь впервые (и неоднократно впоследствии, по ходу интервью) мы сталкиваемся с растущим противоречием между музыкой как максимально индивидуализированной практикой и устоявшимся концептом молодежной музыкальной культуры, исторически понятым через призму фан-культуры, аффилирования с музыкальным коммьюнити, общения с единомышленниками.

Эдуард: Я уже говорил, что я за этим всем не слежу. Вот создали они определенный контент, я его послушал (смех, возглас «Молодцы»). А вот все эти истории... Есть список великих, о них и так все всё знают. А все, что новое появляется — я как-то этим не интересуюсь.

Алекс: Я тоже не особо интересуюсь, не занимаюсь какой-то перепиской, высказыванием своего мнения по поводу чьего-то либо вкуса и также не люблю афишировать, точнее, не люблю, когда ко мне начинают придираться, к моему музыкальному предпочтению, потому что это мое

[3] Соотношение международного и национального музыкального репертуара на рынке в Швеции составляет около 3 к 1, для России эта цифра зеркально противоположна [Wikström, 2009; Goldenzwaig, 2005].

именно личное. Если кому-то что-то не нравится, может выбирать свое. Максимум, что бывает, могу что-то проверить, если услышал нового исполнителя или понравился голос, песни и так далее.

[ФГ 1710-2]

Светлана: Я практически никогда не интересуюсь самим человеком. Мне все равно — ты классно поешь, но, господи, мне все равно, с кем ты спишь. Поэтому я никогда никого не фолловлю на твиттере, мне все равно, что он поел, что сделал, поэтому в инстаграме тоже не фолловлю. (...)

[ФГ 1610-2]

Фигура артиста не вызывает центростремительной силы, необходимой для создания приверженного коммьюнити. Это может быть контрреакцией на абсолютную доступность информации о фигуре создателя контента, нивелированию образа артиста как небожителя, девальвацию ценности виртуального контакта с артистом [Гольденцвайг, 2011]. Записанная музыка таким образом оказывается деперсонифицированным продуктом.

Предметом поиска информации, связанной с музыкой, становятся дискографии и биографии артистов, легко находимые нашими информантами в Google, Wikipedia и Last.FM. Те немногочисленные пользователи, следящие за профилем конкретных артистов, их профессиональными и личными новостями, как правило, делают это, подписываясь на канал артиста в социальной сети Twitter.

Точкой катализации интереса к артисту становится живое выступление. Феноменально малоизученный сегмент живой музыки предстает именно той сферой, где пользователи по-прежнему отмечают социальную ценность музыки. Именно до и после концерта, фестиваля, живого выступления они наиболее активно посещают события и группы мероприятия ВКонтакте, читают посты в Твиттере, заглядывают в поиске видео с концерта на YouTube [ср. Nordström, 2013].

Мила: Я упоминала YouTube, там удобно смотреть видео. Как вообще [выглядят] исполнители, концерт там какой-нибудь записаный, например. Потому что запись на диске и живой концерт отличаются. Какие-то произвольные вещи, какая-нибудь игра на гитаре, или что-нибудь другое, не знаю. Или кто-нибудь еще лучше спел, в общем, концерт сам посмотреть хочется. Как это по-другому звучит, как это в жизни могло выглядеть. Вот. Если ты пойдешь вдруг на этот концерт. Там как-то интереснее.

[ФГ 1610-4]

Роль Интернета применительно к получению информации о музыке остается центральной. Тем не менее вопреки ожиданиям профессиональные журналистские тексты о музыке и рекомендации — избранных! — критиков сохраняют ценность как инструмент навигации[4].

Стас: Когда у меня противоречиво воспринимается то, что я послушал, либо с друзьями сильно спорим, тогда уже мне становится интересно, что критики об этом пишут. И вот тогда в рецензиях, в журналах, в изданиях достаточно элитарных, то есть не в блогах, не в каких-то таких самопальных... В журнале «Афиша» вот очень часто пишут, что эти ваши динозавры — фигня, а вот группа какая-то из Каменогорска, вот она вот! И тогда ты думаешь: «Хм, интересно». И начинаешь смотреть эту группу из Каменогорска. То есть, в определённой мере, это вызов, но иногда это работает.

[ФГ 1610-1]

Несколько наших фокус-групп обнаруживают очевидных «савантов» — наиболее увлеченных музыкой слушателей-первопроходцев, первыми открывающих новую музыку и охотно делящихся ей с другими (Гаффни и Рафферти видят в них новых гейткиперов [Gaffney, Rafferty, 2009]). Однако ни присутствие «савантов», ни положительное отношение к возможности прямого двустороннего контакта с артистом, ни ценимая доступность информационного потока — не подтверждают превращения интересующегося, технологически подкованного пользователя в «просьюмера» или в социального и креативного фана [Wikström 2012; Baym, 2009]. Даже наиболее активные в распространении музыки информанты не считают себя фанами. Виртуальным социальным капиталом для распространения информации о музыке они пользуются выборочно, с тактом и осторожностью.

Георгий: Допустим, если брать тот же твиттер, то если ты узнаешь первым новость, ты можешь первым кому-то рассказать. Быть, так сказать, транслятором и чтобы подписчики твои узнали о каком-то музыкальном событии, там, концерте, первыми. Но это не обязательно будет что-то важное, просто ты будешь одним из первых. В моем случае, например, у меня там триста с чем-то человек есть всегда. А что касается, допустим, нашего коллектива, в сумме там подписчиков будет человек четыреста. Музыка такая вещь, что, если она нравится людям, они сами о ней расскажут другим. А если не нравится, то твои попытки как-то сделать ее известной обречены на провал. Так что все зависит от восприятия людей, которые видят твои попытки как-то рассказать.

[ФГ 1810-1]

[4] Следует помнить, что исследование проводилось среди студентов журналистики и медиа, и их профессиональная идентичность может накладывать отпечаток на спектр их информационных каналов.

ВКонтакте: доминирующая платформа для музыкальных практик

Абсолютно доминирующей музыкальной платформой для пользователей в Швеции остается стриминг-сервис Spotify, шведское изобретение, доступное в 30 странах мира и исповедующее принцип музыки по подписке [Strutz, 2010; Findahl, 2011; Findahl, 2012; Marshall, 2013]. Руководствующийся в бизнес-модели принципом менеджмента цифровых прав (DRM) и выплачивающий отчисления артистам пропорционально количеству прослушиваний, Spotify — не уникальная платформа (ср., например, с норвежским Wimp или французским Deezer), однако весьма успешная в этой нише. В контексте нашего исследования наиболее существенную роль играет преемственность традиций медиапотребления. Медиапотребление в Скандинавии исторически базировалось на сильных традициях подписки: как в доминирующем сегменте ежедневной прессы, так и в области общественных аудиовизуальных медиа, финансируемых по принципу лицензирования [Вартанова, 1997; Gustafsson, 2001]. Spotify с его ежемесячной абонентской платой за пользование сервисом наследует и продолжает эту традицию применительно к музыке.

Тем интереснее сравнить шведскую ситуацию с российской. Она значительно более дисперсна. Типологически практики слушания музыки более комплексны и комплиментарны по отношению друг к другу, чем в Швеции. При этом очевидная (хотя и не в равной степени доминирующая) платформа-лидер четко представлена и в России. Это социальная сеть ВКонтакте, метамедиа, объединяющая, в отличие от Spotify, широчайший спектр информационно-коммуникативных функций. Так же, как Spotify в Швеции, она наследует важную национально-детерминированную черту медиапотребления: отношение к любому контенту как бесплатному достоянию, общественному ресурсу, существующему вне ограничительных практик авторского права. Любой пользователь де-факто вправе закачать на свой профиль и скачать контент, не являясь его правообладателем, а также пользоваться контентом, закачанным другими пользователями[5]. Этот подход к контенту прямым образом наследует традиции советского «самиздата» и не является уникальным для развивающихся стран [ср. Perullo, 2013; Boudreault-Fournier 2013].

В некоторых случаях, отвечая на вопрос о том, где и как они встречаются с музыкой, информанты отталкиваются от онлайн-платформы, виртуального пространства для этих встреч. Форма единственного числа (платформа, пространство) не случайна: в абсолютном большинстве таких случаев речь идет о ВКонтакте:

Андрей: Музыка — это ссылка, которая находится слева, на моей страничке ВКонтакте, называется «Мои Аудиозаписи». Я туда захожу вечерами, включаю наушники в ноутбук и слушаю свой список музыкальных композиций, которые я добавил к себе на страницу.

[ФГ-1710-2]

Алина: Я, в принципе, слушаю все, начиная с Эллы Фицджеральд и заканчивая Metallica. Вот. И если мне нравится произведение, то мне абсолютно все равно, какой жанр. Все, что угодно, главное, чтобы мне это нравилось. Музыку я, как правило, не скачиваю. Я просто захожу на свою страницу ВКонтакте и слушаю все, что у меня есть в «Аудиозаписях».

[ФГ-1510-1]

М.: Когда вы зашли в Интернет, вы хотите послушать музыку, на какой сайт вы идете? Или вы заходите сразу в торрент? Что вы делаете?

Анжела: ВКонтакте, когда я что-то хочу послушать, что у меня есть только в плеере, а на компьютере нет. И радио опять же, которые я уже назвала.

Антон: Для меня тоже Вконтакте. Вот. Но раньше я еще скачивал, еще там есть такой сайт Letitbit, не знаю, существует он сейчас.

Виктория: Для меня тоже ВКонтакте, и я считаю, это преимущество, по сравнению с Facebook. Потому что хочется иногда друзьям послать музыку и ВКонтакте это можно без проблем сделать, а в Facebook только ссылки. Естественно, это не очень удобно. Поэтому всем своим иностранным друзьям я говорю: давайте в Контакт. Там гораздо удобнее общаться. А так, конечно, торренты. Потому что я люблю слушать альбомы целиком.

[ФГ-1510-2]

Интенсивность и типология практик, связанных с музыкой ВКонтакте, сильно варьируются. В то время как одни скачивают здесь музыку, другие предпочитают стриминг-прослушивание. В некоторых случаях для пользователей, не описывающих себя как меломанов, ВКонтакте остается единственной платформой, где они встречаются с музыкой в Интернете.

Вопреки ожиданиям торрент-сервисы не играют для пользователей решающей роли. Некоторые называют их в качестве удобного и быстрого инструмента доступа к любой музыке. Особенно это касается пользователей, предпочитающих альбомное, неатомизированное слушание, а также тех, кто создает собственные коллекции. Формат альбома как законченной художественной формы предстает для таких слушателей особенно ценным в противовес хаотичным практикам индивидуальных плейлистов, создающихся по музыкальному жанру, по настроению или по строго утилитарному принципу («Для спортзала», «Для дороги», «Для вечера»). Многие в то же время рефлексируют по поводу торрентов как яв-

[5] Работа над статьей шла в июне 2013 г., до начала активного удаления пользовательского контента администрацией ВКонтакте.

ления из прошлого, выполнившего свою миссию и утратившего важность с развитием ВКонтакте (и именно ВКонтакте).

Денис: Я вообще торрентом редко пользуюсь, если только фильмы, да и то, тоже редко. Практически все это есть ВКонтакте, музыка, видео посмотреть — или на других сайтах. Тот же YouTube. А торрент это для тех, у кого большая память компьютера, кто любит хранить какие-то вещи у себя, а я особо много на компьютере не храню. И торрент поэтому использую редко.

Тимофей: Я тоже особо не пользуюсь торрентом, по той причине, что, во-первых, мне действительно нужно место на компьютере. А во-вторых, я скачиваю только самые важные и интересные файлы на компьютер. Предпочитаю онлайн. Видео онлайн смотреть и музыку слушать. Как-то мне так удобнее. Ну, и в-третьих, на торренте ведь тоже надо сначала найти, потом найти сайт, с которого легко и быстро это можно скачать. Потом ждать, когда оно скачается. Потом еще нужно найти, чтобы оно было в хорошем качестве. Чтобы это можно было нормально слушать и смотреть, а не пытаться что-то разобрать. И поэтому я предпочитаю, все смотреть и слушать онлайн. Скажем, Вконтакте.

[FG 1810-1]

Как и социальная сеть MySpace, оказавшаяся важнейшим виртульным ареалом обитания музыки во второй половине 2000-х гг., ВКонтакте *не* создавалась как платформа для музыки или какого-либо иного культурного контента: ее функционально-семантическое значение, безусловно, шире. Но, подобно MySpace, в конкретных социальных и технологических рамках медиапользования ВКонтакте *стала* местом силы для музыки.

Фолксономии интернет-платформ, комплексно используемых индивидуальными пользователями в связи с музыкой в России, варьируются. ВКонтакте остается абсолютно центральной объединяющей платформой, но для скачивания, стриминга, получения информации и обмена информацией о музыке, слежения за артистами пользователи употребляют максимально широкий спектр комплиментарных платформ. Наиболее востребованы среди них видеошэринг-сервис YouTube (благодаря визуализации музыкального контента и доступа к записям живого исполнения музыки) и Last.FM, сервис, возникший как интернет-радио и модифицированный при помощи системы аудиоскробблинга (отвечает потребности пользователя находить музыку по аналогии с уже прослушанной, согласно вкусу и настроению). В степени, заслуживающей упоминания, в нарративах также присутствуют сервис-медиаплеер iTunes, торрент-платформа RuTracker, сервисы SoundCloud, Moskva.FM и Яндекс.Музыка.

Все наши информанты пользуются ВКонтакте. При этом в разных нарративах социальная сеть предстает в диаметрально противоположной окраске: от «помойки»[6], где найдется все что угодно, до «нашего ВКонтактика»[7], где пользователи охотно проводят время.

Плюсы и минусы ВКонтакте, применительно к музыке, в значительной степени проистекают из его природы как метамедиа. Слушатели ценят априори интегрированную природу сервиса, предполагающую как пользование контентом, так и коммуникацию, получение информации и обмен ею. В последнем случае особенно ценятся группы и паблики, посвященные музыке, мгновенно и в удобной форме представляющие узкопрофильную информацию. В отличие от шведских пользователей российским все эти функции доступны на одной платформе, что удобно.

Среди слабых сторон ВКонтакте применительно к музыке пользователи отмечают, прежде всего, недостоверность данных, а также трансляцию прослушиваемых композиций в статус пользователя.

Первое заключается в том, что пользователи, загружающие контент, самостоятельно указывают исполнителей и дают названия музыкальным трекам, что ведет к многочисленным ошибкам.

Анна: У нас ВКонтакте много лажи, ну типа — музыку из «Амели» написал Моцарт (смех, одобрение). Надо залезть хотя бы, не знаю, на Яндекс.Музыку проверить (смех, одобрение).

Светлана: Под Шостаковича постоянно выдают Яна Тирсена (смех). Ян Тирсен — постоянно Шостакович (смех).

[ФГ 1610-2]

Константин: У меня младший брат ВКонтакте нашел «Реквием» Моцарта, пришел, дал мне послушать...

Григорий: А это не Моцарт, да?

Константин: Принес послушать, и я думаю — бас-гитары же тогда не было! Оказалось, что это был саундтрек к «Реквиему по мечте». То есть он там есть, «Реквием» Моцарта настоящий. Я ему потом включил: нашел, скачал и включил. Фишка в том, что ВКонтакте, когда вбиваешь «Моцарт “Реквием”», он выдает только саундтрек из фильма. И это как раз минус пиратства и неорганизованности.

[ФГ 1710-1]

Вторая непопулярная особенность ВКонтакте — функция трансляции музыки в статус (когда другие видят, что пользователь слушает сейчас). В отличие от ошибочного маркирования, неизбежного в бессистемном и хаотичном архиве, эта функция была введена администрацией ВКонтакте. Она идентична аналогичной функции Spotify (не являющегося социальным медиа и поэтому предполагающего трансляцию в статус профиля на Facebook). И в русском, и в шведском контексте эта функция вызывает негатив-

[6] Григорий, ФГ 1710-1.
[7] Людмила, ФГ 1610-4.

ную реакцию пользователей. Слушатели усматривают в ней вторжение в частное пространство. Вопреки позитивистским предположениям теоретиков коннективной культуры [van Dijk, 2013] пользователи отнюдь не желают широко делиться информацией о своих предпочтениях, не хотят открыто демонстрировать культурную идентичность. Напротив, они крайне осторожны и убедительны в сохранении приватности своих слушательских практик.

Ксения: Я очень люблю слушать плейлисты друзей. На самом деле, это очень полезно, потому что очень много интересного узнаешь о человеке (смех). Это в какой-то степени может быть и отбор. Может быть, и не хорошо так говорить, но, тем не менее, когда я слушаю у моего какого-то предположительного нового знакомого тупую песню, которая мне никак не подходит (смех), я думаю: блин!

Светлана: Да-да! Бывает же — знакомишься с человеком, он такой классный там, Набокова читал и все отлично. Заходишь в Контакт, а там — Гуф (смех). Это была самая короткая влюбленность в моей жизни! (смех).

[ФГ 1610-2]

Анна: Я отключила эту функцию.

Дарья: Я не стыжусь своей музыки, поэтому не отключаю (смех).

Галина: Для многих это предмет социальной идентификации. Ну, многие люди специально там открывают, чтобы все видели, вот какую крутую группу я слушаю. Посмотрите все, да.

Вера: Даже если слушаешь что-то позорное, никто тебе не будет тут же писать личное сообщение: «Боже мой! Я удаляю тебя из друзей!»

Галина: Но, мне кажется, для людей, которые пользуются социальными сетями, это еще и... Вот ты учишься в МГУ, к примеру, — и тебя видят как «вот, человек потенциально интеллектуально развит». И дальше, к примеру, молодой человек, хочет добавиться к тебе в друзья. Или новый знакомый. Ты смотришь. Тебе как бы дают возможность составить представление о человеке.

Анна: Моя подруга однажды не захотела пойти в кино с молодым человеком, который слушал Селену Гомес.

Галина: А она это увидела ВКонтакте?

Анна: Да. Она увидела ВКонтакте.

[ФГ 1610-3]

М: Общаетесь ли вы в Интернете с друзьями о музыке?

Андрей: Нет! Но мне тут девочка одна из группы нравилась. Заходишь к ней в плейлист, в «Аудиозаписи», смотришь, что там у нее, какой исполнитель там чаще всего повторяется, ищешь группу ВКонтакте и смотришь там новинки. Новинка появляется, ты так — хоп! — и на стеночку кинул.

Игорь: Невзначай.

Андрей: Невзначай. Вот, смотри, что я нашел.

Вячеслав: Есть еще более примитивный способ привлечь внимание девушки (смех).

Игорь: Опять же, Андрей, пользуйся.

Вячеслав: Андрей, пользуйтесь опытом (смех). Просто смотришь плейлист девочки, которая тебе нравится, видишь у нее, например, песню там, не знаю, «Дискотеки Аварии» «Небо». Видишь, что у нее есть в «Аудиозаписях», но не в этих трех последних, а где-то там, да. И кидаешь ей именно эту песню и говоришь: «Как тебе эта песня? Мне она так понравилась!». И вот уже какое-то сходство есть.

[ФГ 1710-2]

Разные национальные контексты выявляют разные платформы-лидеры, на которых происходит встреча пользователя с музыкой. В то же время, характер дилеммы, с которой сталкиваются аудитории в разных странах, носит наднациональный характер. Эта дилемма связана с удобством и упрощением доступа к музыке в Интернете, с одной стороны, и с проблематизацией ценности музыки, что «хлещет со всех сторон»[8], с другой.

(*окончание в следующем номере*)

Список литературы

Вартанова Е.Л. Северная модель в конце столетия: печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997.

Гольденцвайг Г.Д. Создатели музыки в социальных медиа: Новое поле коммуникативных возможностей или самоэксплуатация? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 1—2.

Baym N., Burnett R. Amateur Experts: International Fan Labor in Swedish Independent Music // International Journal of Cultural Studies. 2009. N 12(5). P. 1—17.

Bennett L. (*ed.*) Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth. Massachusetts Institute of Technology, 2008.

Bolter J.D., Grusin R. Remediation: Understanding New Media. Cambridge: MIT Press, 1999.

Bull M. Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience. London: Routledge, 2007.

DeNora T. Music in Everyday Life. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

Findahl O. Svenskarna och Internet. World Internet Institute, 2012. URL: http://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf

Gaffney M., Rafferty P. Making the Long Tail visible: Social Networking Sites and Independent Music Discovery. Electronic Library and Information Systems. 2009. Vol. 43(4). P. 375—391.

Goldenzwaig G. Music Export Russia. Handbook. (DVD) Brussels: European Music Organization, 2005.

Gustaffson K.-E. (*ed.*). Nordisk Landsortspress på 1990-talet. Göteborgs universitet, 2001.

[8] Вера, ФГ 1610-3.

Hansen A., Cottle S. Mass Communication Resarch Methods. Palgrave MacMillan, 1998.

Hesmondhalgh D. The Cultural Industries. 2nd Edition. London: Routledge, 2007.

Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006.

Johansson S., Goldenzwaig G. Music Use in the Digital Media Age: Early Insights from a Study of Music Cultures. Conference paper. Presented at ECREA, 2012.

Kassabian A. Ubiquitous Music and Distributed Subjectivity. Conference Paper. Presented at «Music, Digitisation, Mediation» conference, University of Oxford, 2013.

Marshall L. Drowning in the Stream? Music Streaming Services, Royalties and Independent Artists. Conference Paper. Presented at «Music, Digitisation, Mediation» conference, University of Oxford, 2013.

Miller T. Step away from the croissant. Media studies 3.0 // The Media and Social Theory / Hesmondhalgh D., Toynbee J. (ed.). Routledge, 2008.

Nordström A. Lyssnandet exploderar när artisterna kommer hit // Dagens Nyheter. 22.05.2013.

Österback N. Music Exporting: A Comparative Study of Finland and Sweden. Music Business Management Project: Westminster, 2008.

Pilkington H., Omelchenko E. et al. Looking west? Cultural globalization and Russian youth culture. PA: University Park, 2002.

Perullo A. Cassettes, Cell Phones, Composers and Consumers: Digital Ownership and Song Materialism in Tanzania. Conference paper. Presented at «Music, Digitisation, Mediation» conference, University of Oxford, 2013.

Regev M., Seroussi E. Popular Music and National Culture in Israel. Berkeley, 2004.

Rothenbuhler E., Peters J. Defining Phonography: An Experiment in Theory // *Musical Quarterly*. 1997. N 81.2. P. 242—243.

Strutz E.-N. All the Music, All the Time: En sammenlignende analyse av streamingtjenstene Spotify og Wimp. Master thesis. University of Oslo, 2010.

Tham D. New Music Audiences: the Generative Impulse // Record of CPRF Communications Policy and Research Forum / Papandrea, F. & Armstron, M. (eds.). 2010. P. 41—56.

Van Dijk J. The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media. Oxford University Press, 2013.

Vartanova E. Russian Media: Market and Technology as Driving Forces of Change // Perspectives to the Media in Russia: «Western» Interests and Russian Developments / Vartanova E., Nieminen H. & Salminen M.-M. (eds.). University of Helsinki, 2009. P. 283—301.

Wikström P. The Music Industry. Cambridge: Polity, 2009.

Поступила в редакцию
07.08.2013

Т.И. Фролова, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: t_frolova@bk.ru

ПРАКТИКА ГРАЖДАНСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ОПЫТ СИСТЕМАТИЗАЦИИ

Статья посвящена роли интернет-коммуникаций в развитии гражданского общества и социальной инфраструктуры в современной России, а именно практике гражданских интернет-приложений, получивших широкое распространение в последние годы. Рассматриваются факторы, актуализирующие их функционирование; предлагаются критерии систематизации приложений, дается обзор практики новых видов медиакоммуникаций; оцениваются возможности, перспективы и проблемы, которые открываются с развитием данных форм гражданской активности для профессиональной журналистики.

Ключевые слова: *гражданское общество, трансформации российских СМИ, сетевые коммуникации, медиаистория НКО, гражданские приложения в Интернете, гуманитарная повестка массмедиа.*

The article dwells on the present role of Internet communications in the development of Russia's civil society and social infrastructure. In particular, it looks into the use of civil applications which have been getting increasingly popular over the recent years. The author touches upon the factors preconditioning the active employment of civil applications and points out at the criteria for their systematization. Further on, the author provides an overview of the new types of media communications and contemplates the prospects and potential problems connected with their development and their use in the field of professional journalism.

Key words: *civil society, Russian Media transformation, network communications, NGOs' media background, civil applications in the Internet, humanitarian media agenda.*

Ключевая особенность современного гражданского общества состоит в растущей популярности социальных сетей, интегрированных на основе Интернета. Они дополняются возможностями мобильной телефонной связи, благодаря чему группы граждан, ассоциированные по интересам в виртуальной информационной среде, реализуют свои коммуникативные потребности. Сетевое общество и его практики во многом определяют ход демократических процессов, культурные трансформации, самоопределение личности. С началом цифровой эпохи как локальные гражданские организации, так и планетарные гражданские сети получили мощный коммуникативный ресурс для демократических инициатив и самоорганизации. Пользователи сети (на 30.06.2012, по данным Internet World Stats, около 2,5 млрд человек, почти 35%[1]) — это раз-

[1] Internet usage statistics. URL: http://www.internetworldstats.com/stats.htm