

УДК 316.77:001.12/.18; 070:001.12/.18

Музыкальная журналистика как средство популяризации музыкальной культуры

© Ю.М. Вдовина

*Иркутский национальный исследовательский технический университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена исследованию особенностей музыкальной журналистики, а также её феномена. В данной работе выделено понятие «музыкальная журналистика», дана классификация основных групп, целей и форм функционирования музыкальной журналистики, проанализированы издания «Коммерсантъ» и «Музыкальное обозрение». Рассматривается функционирование музыкальной журналистики и критики, которые находятся в упадке в связи со следующими факторами: кризис в музыкальной индустрии, который особенно заметен в России; нехватка квалифицированных кадров, способных грамотно освещать основы музыкального искусства; формирование массовой культуры и аудитории, а также потребительского отношения к музыкальным продуктам; развитие сети Интернет и, как следствие, свободное распространение музыки, а также неконтролируемое увеличение количества музыкального контента.

Ключевые слова: музыкальная журналистика, музыкальная критика, популяризация, музыкальная культура

Music Journalism as a Means of Popularizing Musical Culture

© Julia M. Vdovina

*Irkutsk National Research Technical University,
Irkutsk, Russian Federation*

Abstract. The article is devoted to the study of the features of music journalism, as well as its phenomenon. The article focuses on the concept of «music journalism», gives a classification of the main groups, goals and forms of functioning of music journalism, and analyzes the publications «Kommersant» and «Musical Review». The article deals with the functioning of music journalism and criticism, which are in decline due to the following factors: the crisis in the music industry, which is especially noticeable in Russia; lack of qualified personnel capable of competently covering the basics of musical art; formation of mass culture and audience, as well as consumer attitude towards musical products; the development of the Internet and, as a result, the free distribution of music, as well as an uncontrolled increase in the amount of music content.

Keywords: music journalism, music criticism, popularization, music culture

Для универсальной и массовой прессы требуются такие тексты о музыке, которые смогут заинтересовать читателя, а также дать возможность разобраться в особом языке этого рода деятельности. В современной журналистике существует особая область журналистского дела – музыкальная журналистика, которая ведёт разговор о музыке с широкой аудиторией.

Сегодня понятие «музыкальная журналистика» стало привычным для всех журналистов. Даже в музыкальных учебных заведениях появилась такая специализация, как «музыкальный журналист». Однако, несмотря на это, до сих пор не сформулировано чёткое определение данного направления, не дана подробная характеристика этой разновидности журналистики.

Новизна поставленной научной проблемы объясняется формированием подхо-

дов к её изучению. Если музыкальная критика была рассмотрена многократно в серьёзных научных трудах таких авторов, как Г. Гинзбург, Н. Слонимский, Б. Асафьев, то музыкальная журналистика освещена лишь в публицистических или научно-публицистических статьях.

Существует чёткое разграничение между научной и критической мыслью о музыке. С одной стороны, академическое музыковедение, которое находит своё выражение в разнообразных статьях в научных сборниках, диссертациях, монографиях и трудах, а с другой стороны, собственно сама музыкальная журналистика, целью которой является популяризация.

Следует выделить специфические особенности музыкальной журналистики: основные группы, цели и формы функцио-

нирования данной разновидности журналистики.

Так, существуют следующие группы материалов музыкальной журналистики, сформированные по общей цели: информационные («сухая» новость о прошедшем мероприятии); пропагандистские, популяризаторские (положительные аннотации, анонсы, рецензии, интервью); воспитательные, просветительские (влияние журналиста на слушающую аудиторию); аналитические (развернутые рецензии).

Музыкальная журналистика, как и вся журналистика в целом, функционирует в различных формах, внутри которых существует своя специфика. Во-первых, в традиционном письменном виде (через периодику – журналы, газеты, а также через любое доступное ей печатное слово), во-вторых, как устная журналистика. Она реализует себя главным образом через электронные средства массовых коммуникаций, а именно через радио и телевидение, а также через Интернет [1].

Так как журналистика представляет собой канал передачи информации, то есть имеет информационную функцию, то журналисту следует понимать, что является актуальным в данный промежуток времени. Это относится не только к новостным сюжетам, но и к музыкальной журналистике, ведь музыка не стоит на месте. Музыка, как и другие сферы жизнедеятельности человека, меняется с течением времени, данный процесс отражается и в музыкальной журналистике.

Музыкальная журналистика представляет собой форму реализации особой музыкально-литературной деятельности, она может служить «способом выхода как музыкальной критики (оценочной мысли), так и музыкального просветительства, популяризации и пропаганды, любой публицистики, направленной на музыкально-культурный процесс»¹.

Популяризация музыкальной культуры в музыкальной журналистике состоит как в распространении музыкальных предпочтений самого журналиста, так и в усмотрении интересов широкой аудитории [2]. Снижение качества музыки, которая относится к разряду популярного музыкального искусства, а также непрофессиональные публикации журналистов широкого профиля сказываются на качестве современной музыкальной культуры [3]. Например, таковыми являются две статьи, посвященные жизни и

творчеству андеграундной рок-певицы Янки Дягилевой. Целью их создания была возможность отстаивания на их основе собственных авторских прав легальным образом, а также попытка привнести через статьи нечто новое и менее поверхностное в представление слушателей о Янке. В контексте первой задачи необходимо было в одной из частей работы отразить феномен приписывания авторству Янки произведений, которые не имеют к ней никакого отношения. Заказчик даже предоставил авторам собственную базу исполнителей и их контактов, пострадавших от подобной путаницы, однако журналисты не воспользовались ей.

В обоих случаях результат оказался неудовлетворительным: в первом были допущены фактологические ошибки – журналист перепутал Александра Башлачёва с Майком Науменко². Во втором же случае журналист просто скопировал две трети текста задания, полученного им, а также текст из Википедии. Таким образом, было «стилистически видно, что это джинса»³.

В наши дни можно заметить однобокость и поверхностность освещения музыкальных событий. Так, полоса «Культура» должна формироваться с учётом всего разнообразия мирового современного искусства и тем самым представлять полную картину происходящего для читателей или зрителей. «Публикуя отзыв, обзорную статью в газете или журнале, мы апеллируем к неизмеримо большему кругу людей, притом очень разных по направленности своих интересов, можно сказать а priori ко всем: к знакомым и незнакомым, видимым и невидимым, специалистам и любителям, и даже невеждам, в которых мы имеем возможность разбудить и живой любительский и более глубокий – профессиональный – интерес к предмету высказывания», – пишет В.М. Богданов-Березовский [4].

Для анализа были выбраны такие издания, как «Коммерсантъ» и тематическое музыкальное издание «Музыкальное обозрение».

¹ Вирабов И. Вначале был жест: (90 лет со дня рождения М.Плесецкой) // Российская газета. 2015. № 263. С. 14.

² Тимофеев И. Рок Янки Дягилевой // Lustgalm. Арт-журнал, интервью с творцами [Электронный ресурс]. URL: <http://lustgalm.ru/sense/listen/769-rok-yanki-dyagilivoj> (02.04.2019).

³ Садчиков М. Страсти по Янке Дягилевой. Продолжение следует... // Вечерняя Москва [Электронный ресурс]. URL: <https://vm.ru/news/212413.html> (02.04.2019).

«Коммерсантъ» – это ежедневная общенациональная газета, которая ориентирована на людей, чья профессия связана с деловой сферой общественной жизни, то есть с экономикой, политикой, бизнесом и т. п., но, несмотря на это, материалы издания имеют разносторонний характер.

В качестве примера было рассмотрено интернет-издание «Коммерсантъ»⁴. В рубрике «Культура» и в подтеме «Музыка» появляется примерно 1–2 материала в день, которые различны по тематике, например, новость о концерте духового оркестра либо рассказ о достижении певцов поп-музыки, также имеются материалы о выходе альбомов музыкантов. Все упоминания о музыкальном искусстве сделаны в следующих жанрах: анонс, информационная заметка, репортаж, интервью и редко аналитическая статья.

Формат делового издания предполагает лаконизм и точность изображения абсолютно всех сфер жизни. В нём важно сообщить об участнике и о самом событии. Рассуждения и аналитика, встречающиеся здесь редко, отличаются краткостью, так как основной целью всех материалов является получение необходимой информации.

Рассмотрим один из репортажей Бориса Барабанова. Борис Барабанов является одним из известных журналистов, работающих в разделе «Культура». На основании анализа материалов этого журналиста можно сделать вывод, что он специализируется на популярном музыкальном искусстве. «Концерт для коллекционеров. 10сс дебютировали в Москве» – такое название имеет репортаж, вышедший на сайте kommersant.ru 29 марта 2019 года⁵.

В данном материале сочетаются репортаж и аналитическая статья. От жанра репортажа здесь прослеживаются хорошо прорисованные детали (например, «Мужчина за 50, сидевший по правую руку от корреспондента «Ъ», рассказывал спутнику: «Впервые мне их музыку поставил старший брат». Рядом дама вполне бальзаковского возраста увлеченно обсуждала со спутником недавний концерт Red Hot Chili Peppers у египетских пирамид. Мужчин среди зрителей, конечно, было больше, и все они, похоже, были сверстниками или почти сверстниками музыкантов, чей

первый альбом вышел в 1973 году»). Аналитика помогает оценить происходящее («Но 10сс именно удивили, настолько чистый и точный звук наполнял эту площадку. Люди с более громкими именами позволяют себе относиться к концертному звучанию небрежно, полагаясь на то, что «хиты вывезут», но в случае 10сс определение «как с пластинки» не было преувеличением «ни на йоту», а также «Быстрые рок-н-роллы чередовались с многочастными арт-роковыми пьесами, а поп-песни с цепкими припевами сменялись хард-роковыми риффами»)⁶. Подобные материалы дают возможность читателям прочувствовать всю атмосферу того события, а также могут приобщить большинство людей к настоящей музыке.

За месяц на сайте издания появилось семь материалов на тему музыки, из них одно интервью, три аналитических материала, одна расширенная заметка, одна авторская колонка и один репортаж.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в деловом издании не уделяется большое внимание искусству, а особенно музыке. Этому может служить множество факторов: отсутствие профессионалов музыкальной сферы в рядах журналистов издания, отсутствие спроса на данную тему в подобном издании.

Газета «Музыкальное обозрение» – это национальная газета, ведущее российское издание о классической и современной академической музыке.

Данная газета является ежемесячным изданием. На страницах издания освещаются различные стороны музыкальной жизни: культурная политика государства, творческая жизнь филармоний и учебных заведений, сезоны оперных театров и симфонических оркестров, музыкальные конкурсы, юбилеи музыкантов, а также международные, всероссийские и региональные фестивальные проекты.

Также рассмотрим данное издание на примере интернет-аналога.

Так как это тематическое издание, из этого следует, что в нём подразумеваются не любительские заметки о музыкальных событиях страны или региона, а полноценные аналитические материалы настоящих

⁴ Коммерсантъ [Электронный ресурс]. URL: www.kommersant.ru (26.11.2020).

⁵ Барабанов Б. Концерт для коллекционеров: 10сс дебютировали в Москве // Коммерсантъ. 2019. 29 марта. С. 11. [Электронный ресурс]. URL: https://www.kommersant.ru/doc/3925343 (03.04.2019).

⁶ Там же.

профессионалов своего дела. В большинстве своём целевой аудиторией являются руководители музыкальных театров, филармоний, консерваторий, музыканты, а также музыкальные журналисты, но и обыватели могут почерпнуть для себя много интересного, так как вся информация написана понятным языком. Вполне возможно, что материалы тематического издания смогут вызвать интерес у любого читателя к серьёзному увлечению музыкой.

В данном издании можно найти эмоциональные статьи, интервью, репортажи и т. д. Журналистам газеты «Музыкальное обозрение» интересны не только фактические данные, они также пытаются понять, что чувствовали или чувствуют музыканты, когда выходят на сцену, когда исполняют какое-либо произведение. Разберём интервью Андрея Вайденко «Владимир Урин: «Берегите меня!». Генеральный директор Большого театра России – в спецпроекте ТАСС «Первые лица»⁷. Здесь журналисту интересно, как складывалась жизнь артиста, как он стал тем, кем сейчас является, а не только сам факт участия в проекте ТАСС. Андрей Вайденко задавал вопросы «о рае, друзьях детства, маме, Товстоногове и Плисецкой», это была самая эмоциональная часть интервью.

За месяц в свет вышло 26 материалов на музыкальную тему. Самым многочисленным материалом оказалась расширенная заметка, их количество составило 8 публикаций из 26. Далее анонс и заметка – по 4 публикации каждого жанра, 3 интервью, 2 аналитических статьи и 2 отчёта, кроме этого, имеется 1 репортаж, 1 материал в честь памятной даты и некролог.

Можно прийти к следующему выводу: несмотря на то, что это специализированное издание, которое базируется на освещении

музыкальной сферы искусства, оно имеет малое количество аналитических материалов [4]. В большинстве своём преобладают информационные жанры, такие как заметки либо расширенные заметки, интервью, а также репортаж. Это может говорить лишь о том, что на серьёзную аналитику музыки спроса нет.

В условиях трансформации современного российского музыкального искусства, которое выражается в бесконечных экспериментах и в превалировании поп-музыки над классической, положение музыкальной журналистики нестабильно.

Итак, было рассмотрено два типа издания – деловое и тематическое. Они ориентируются на разные аудитории, поэтому в каждом издании свои правила предоставления информации [5].

Деловое издание «Коммерсантъ» отдаёт предпочтение зрелищным видам искусства, таким как театр, кино и т. д. Если же говорить о музыкальном искусстве, то преимущество оказывается у массовой популярной музыки, а классика представлена в минимальном количестве.

Тематическое музыкальное издание «Музыкальное обозрение» освещает культурную политику государства, творческую жизнь филармоний и учебных заведений, сезоны оперных театров и симфонических оркестров, музыкальные конкурсы, юбилеи музыкантов, а также международные, всероссийские и региональные фестивальные проекты – всё это распространяется в основном на классическую музыку. Подобные упоминания о классической музыке помогают распространить её среди масс. Однако преобладание информационного жанра в издании свидетельствует о невысоком уровне профессионализма журналистов.

Таким образом, проведённый анализ говорит о большой роли популяризации любого рода музыкального искусства как для большой аудитории, так и для целевых аудиторий.

⁷ Вайденко А. Владимир Урин: «Берегите меня!» // ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/top-officials/5961234> (26.11.2020).

Библиографический список

1. Асафьев Б.В. Избранные статьи о музыкальном просвещении и образовании. М.: Музыка, 1965. 149 с.
2. Овсянникова О.А., Воронин С.А. Элементы музыкальной журналистики в профессиональной деятельности учителя музыки // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 55-11. С. 136–143.
3. Асафьев Б.В. Познавательные процессы и пути их изучения. Л.: Музыка, 1971. 376 с.
4. Богданов-Березовский В.М. Страницы музыкальной публицистики: очерки, статьи, рецензии. Л.: Музгиз., 1963. 288 с.

5. Акопян Л.О., Булычева А.В., Берченко Р.Э. История русской музыки: монография. М.: Музыка, 2004. Т. 10 Б. 1071 с.

6. Чурсинова М.Г. Музыкальная журналистика как особая область журналистского творчества: предпосылки возникновения // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2015. № 2 (16). С. 21–25.

7. Культурология, филология, искусствоведение: проблемы современной науки: сб. ст. по материалам XII–XIII Международной науч.-практ. конф. (г. Новосибирск, 6–16 августа 2018 г.) / отв. ред. Е.В. Грудева. Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2018. 78 с.

8. Михеев А. Новые задачи современной музыкальной журналистики // Медиаскоп. 2011.

№ 4. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/node/918> (26.11.2020).

9. Цукер А.М. Рок-музыка в фильмах эпохи перестройки: социокультурный и драматургический ракурс // Музыка в пространстве медиакультуры: сб. ст. по материалам Шестой Международной науч.-практ. конф. (г. Краснодар, 14 июня 2019 г.). Краснодар: Краснодарский государственный институт культуры, 2019. С. 9–15.

10. Семёнова А.Э. Музыкальная журналистика на страницах газет в условиях трансформации современного российского музыкального искусства // Учёные записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. 2012. № 6. С. 180–191.

Сведения об авторе / Information about the Author

Вдовина Юлия Михайловна,
студентка группы ЖРБ-17-1,
Институт экономики, управления и права,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83, Россий-
ская Федерация,
e-mail: shtotutuvastakoe@gmail.com

Julia M. Vdovina,
Student,
Institute of Economics, Management and Law,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov Str., Irkutsk, 664074, Russian Federa-
tion,
e-mail: shtotutuvastakoe@gmail.com