

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра истории журналистики и менеджмента СМИ**

АРЦУЕВА
Елизавета Умаровна

МЕНЕДЖМЕНТ КОНТЕНТА В МУЗЫКАЛЬНЫХ МЕДИА

Дипломная работа

Научный руководитель –
доктор исторических наук
профессор О.Г. Слука

Допущена к защите

« ____ » _____ 2018 г.

Зав. кафедрой истории журналистики и менеджмента СМИ
кандидат филологических наук, доцент Д.Н. Дроздов

Минск, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1 УПРАВЛЕНИЕ КОНТЕНТОМ КАК ОБЛАСТЬ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА	10
1.1 Определение понятия «контент» в медиаменеджменте. Виды контента	10
1.2 Принципы и методы управления контентом.....	17
ГЛАВА 2 ФОРМАТ И СОДЕРЖАНИЕ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ.....	26
2.1 Музыкальная журналистика Беларуси в контексте советской	26
2.3 Жанрово-тематические черты изданий о музыке (на примере журнала «Ровесник», «Музыкальной газеты» и самиздата)	32
ГЛАВА 3 ТЕКСТ О МУЗЫКЕ: УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ КОНТЕНТА	46
3.1 Критерии оценки и повышение качества журналистского текста.....	46
3.2 Анализ качества музыкальных медиатекстов современных белорусских СМИ	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	66
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	71

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

«Музыкальная газета» – «МГ».

«Літаратура і мастацтва» – «ЛіМ».

Средства массовой информации – СМИ.

Led Zeppelin – «ЛЗ».

Pink Floyd – «ПФ».

«Вопли Видоплясова» – «ВВ».

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 65 страниц, 42 источника.

Ключевые слова: СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, МЕНЕДЖМЕНТ СМИ, МЕНЕДЖМЕНТ КОНТЕНТА, КОНТЕНТ, КАЧЕСТВО КОНТЕНТА, МЕДИАТЕКСТ, МУЗЫКАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА.

Предмет исследования – менеджмент контента музыкальных медиа в жанрово-тематическом и качественном аспектах.

Объект исследования – тексты музыкальной журналистики 1970–1990-х годов (на примере публикаций журнала «Ровесник» (1975–1991 гг.), журнала «Контркультура» (1990 г.), «Музыкальной газеты» (1996–1998 гг.)), тексты современной музыкальной журналистики (на примере газет «Літаратура і Мастацтва», «Культура» (2017 г.)).

Цель дипломной работы – определить отличительные особенности менеджмента контента в музыкальных медиа.

Методология исследования включает общенаучные методы: анализ, синтез, систематизация, сравнительный; частный метод – филологического анализа.

Результаты исследования **практикоориентированны** и могут использоваться в учебном процессе в Институте журналистики БГУ при создании учебно-методических комплексов для студентов специальности «Журналистика (менеджмент СМИ)», спецкурсов по музыкальной журналистике для студентов специальности «Журналистика (аудиовизуальная)». Разработки будут интересны журналистам-практикам, медиаменеджерам. Рекомендации, приведенные в работе, позволят улучшить качество медийного контента, оптимизировать бизнес-процессы, связанные с организацией содержания СМИ.

Новизна работы заключается в анализе содержательного наполнения музыкальных медиа и разработке практических рекомендаций для редакции. Результаты исследования могут быть применены для дальнейшей теоретической разработки темы.

Работа выполнена самостоятельно.

_____ Е.У. Арцуева

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 65 старонак, 42 крыніцы.

Ключавыя словы: СРОДКІ МАСАВАЙ ІНФАРМАЦЫІ, МЕНЕДЖМЕНТ СМІ, МЕНЕДЖМЕНТ КАНТЭНТУ КАНТЭНТ, ЯКАСЦЬ КАНТЭНТУ, МЕДЫЯТЭКСТ, МУЗЫЧНАЯ ЖУРНАЛІСТЫКА.

Прадмет даследавання – менеджмент кантэнт у музыкальных медыя ў жанрава-тэматычным і якасных аспектах.

Аб’ект даследавання – тэксты музычнай журналістыкі 1970–1990-х гадоў (на прыкладзе публікацый часопіса «Равеснік» (1975–1991 гг.), часопіса «Контркультура» (1990 г.), «Музычнай газеты» (1996–1998 гг.)), тэксты сучаснай музычнай журналістыкі (на прыкладзе газет «Літаратура і Мастацтва», «Культура» (2017 г.)).

Мэта працы – вызначыць адметныя асаблівасці менеджменту кантэнт у музычных медыя.

Метадалогія даследавання ўключае агульнанавуковыя метады: аналіз, сінтэз, сістэматызацыя, параўнанне; прыватны метада – філалагічнага аналізу.

Вынікі даследавання **практыкаарыентаваныя** і могуць выкарыстоўвацца ў навучальным працэсе ў Інстытуце журналістыкі БДУ пры стварэнні вучэбна-метадычных комплексаў для студэнтаў спецыяльнасці «Журналістыка (менеджмент СМІ)», спецкурсаў па музычнай журналістыцы для студэнтаў спецыяльнасці «Журналістыка (аудыявізуальная)». Распрацоўкі будуць цікавыя журналістам-практыкам, медыяменеджарам. Рэкамендацыі, прыведзеныя ў працы, дазваляць палепшыць якасць медыйнага кантэнт, аптымізаваць бізнес-працэсы, звязаныя з арганізацыяй зместу СМІ.

Навізна працы заключаецца ў сістэмным аналізе зместавага напавення музычных медыя і распрацоўцы практычных рэкамендацый для рэдакцыі. Вынікі даследавання могуць быць выкарыстаны для далейшай тэарэтычнай распрацоўкі тэмы.

Праца выканана самастойна.

_____ Л.У. Арцуева

RESUME

The diploma work contains: 65 pages, 42 sources

Keywords: MASS MEDIA, MASS MEDIA MANAGEMENT, CONTENT MANAGEMENT, CONTENT, QUALITY OF CONTENT, MEDIATEXT, MUSICAL JOURNALISM.

Subject of the research is the management of the content of music media in genre-thematic and qualitative aspects.

Object of research is the texts of musical journalism of the 1970s and 1990s (the publications of the journal Rovesnik (1975-1991), the journal "Counterculture" (1990), the "Musical Gazette" (1996-1998)), texts of modern musical journalism (the newspapers "Litaratura i Mastatstva", "Kultura" (2017)).

Aim of the research is to define the distinctive features of content management in music media.

Methodology of the research includes general scientific methods: analysis, synthesis, systematization, comparative; a particular method of philological analysis.

The results of the research are practical and can be used in the educational process at the Institute of Journalism of the Belarusian State University when creating educational and methodical complexes for students of the specialty "Journalism. Management of Mass Media", special courses on music journalism for students of the specialty "Journalism. Audiovisual" Developments will be of interest to media practitioners and media managers. Recommendations given in the work will improve the quality of media content, optimize business processes related to the organization of media content.

Originality of the research is in the analysis of practice of filling the music media and the development of recommendations. The research results can be applied for further theoretical development of the subject.

The research has been done independently.

_____ E.U. Artsueva

ВВЕДЕНИЕ

Оперативность, разнообразие, многоплановость, быстрота доставки информации неизмеримо растут с каждым днем. Однако непрерывно увеличивающийся объем этой информации значительно усложняет ее обработку. При наличии огромного количества разнообразных информационных продуктов, потребитель может себе позволить именно те, которые по содержанию и качеству удовлетворяют его потребности. Поэтому для успешной деятельности на рынке менеджерам СМИ необходимо определить совокупность потребностей своей аудитории, так как именно степень их удовлетворенности влияет на рост прибыли медиапредприятий от реализации продукции. Таким образом, для аудитории СМИ важнейшим критерием выбора является характер содержания прессы или вещания.

Сегодня активно развивается музыкальная индустрия. Появление новых технологий делает производство аудио-продукции куда более доступным. Каждый день появляются новые композиции и музыкальные альбомы, которые нуждаются в продвижении и освещении в СМИ. Вместе с развитием музыкальной индустрии развивается и музыкальная журналистика, которая приобретает отличительные особенности. Цель производителей музыкальных медиа в данных условиях – совершенствовать свой продукт и делать его максимально качественным, чтобы тот соответствовал запросам целевой аудитории. Таким образом, все более востребованной в редакциях СМИ становится деятельность по организации информационного наполнения средств массовой информации – менеджмент контента – чем и обуславливается актуальность данной работы.

Предмет исследования – менеджмент контента музыкальных медиа в жанрово-тематическом и качественном аспектах.

Объект исследования – тексты музыкальной журналистики 1970-90-ых годов (на примере публикаций журнала «Ровесник» (1975-1991 гг.), журнала «Контркультура» (1990 гг.), «Музыкальной газеты» (1996-1998 гг.)), тексты современной музыкальной журналистики (на примере газет «Літаратура і Мастацтва», «Культура» (2017г.)).

Цель дипломной работы – определить отличительные особенности менеджмента контента в музыкальных медиа.

Достижение цели предусматривает **решение следующих задач:**

- 1) дать определение понятию «контент» и привести его классификацию;
- 2) рассмотреть принципы и методы управления контентом;

- 3) выявить особенности формирования белорусской музыкальной журналистики в контексте советской;
- 4) обозначить жанрово-тематические черты публикаций о музыке на примере журнала «Ровесник», «Музыкальной газеты» и журнала «Контркультура»;
- 5) сформулировать критерии оценки и пути улучшения качества журналистского текста о музыке;
- 6) проанализировать качество музыкальных медиатекстов современных белорусских СМИ на примере изданий «Літаратура і мастацтва» и «Культура».

В процессе работы предполагается использовать общенаучные **методы исследования**: методы анализа, синтеза, систематизации, сравнительный; частный метод – филологического анализа.

Результаты исследования **практикоориентированны** и могут использоваться в учебном процессе в Институте журналистики БГУ при создании учебно-методических комплексов для студентов специальности «Журналистика. Менеджмент СМИ», спецкурсов по музыкальной журналистике для студентов специальности «Журналистика. Аудиовизуальная». Разработки будут интересны журналистам-практикам, менеджерам СМИ. Рекомендации, приведенные в работе, позволят улучшить качество медийного контента, оптимизировать бизнес-процессы, связанные с организацией содержания СМИ.

Научную базу дипломной работы составляют труды таких белорусских исследователей, как О.Г. Слука, Т.Д. Орлова, Д.О. Никонович, Д.Н. Дроздов, А.А. Градюшко, П.Л. Свердлов, а также российских ученых Е.Л. Вартановой, С.М. Гуревича, Т.А. Курышевой, С.Г. Корконосенко и др.

Структура работы. Дипломная работа состоит из трех глав. Первая глава «Управление контентом как область медиаменеджмента» состоит из двух разделов и предполагает теоретическое осмысление управления содержанием СМИ. В главе дается определение понятия «контент», приводится классификация контента, рассматриваются методы и принципы управления медиаконтентом. Вторая глава – «Формат и содержание в музыкальной журналистике» – состоит из двух разделов, в которых прослеживаются исторические особенности формирования современной музыкальной журналистики, а также жанрово-тематические черты изданий о музыке 1970-1990-ых годов (на примере журнала «Ровесник», «Музыкальной газеты» и самиздата). Третья глава «Текст: управление качеством контента» имеет два раздела, в которых рассматривается такой метод менеджмента медиаконтента как управление качеством, анализируются тексты современной музыкальной

журналістики (на прикладі газет «Література і Мистецтва», «Культура»), а також даються рекомендації по їх удосконаленню.

ГЛАВА 1

УПРАВЛЕНИЕ КОНТЕНТОМ КАК ОБЛАСТЬ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА

1.1 Определение понятия «контент» в медиаменеджменте. Виды контента

Любая медиаорганизация традиционно занимается производством содержания, которое затем она или предприятия-распространители передают по устоявшимся каналам СМИ. Так традиционно на рынке СМИ создавалось предложение для аудитории. Последняя, делая выбор между различными каналами СМИ, опирается на свои представления о том, какой тип содержания предоставляют печатные и аудиовизуальные медиа. Люди покупают газеты не потому, что им нужна бумага с отпечатанными на ней символами, а потому, что их интересуют уникальные характеристики газетного содержания. То же самое можно сказать и о телевидении, радио. По существу, для потребителей СМИ важнейшим критерием выбора является характер содержания, созданного прессой или вещанием. В последнее время все чаще синонимом содержания выступает «контент» – понятие, пришедшее из терминологического аппарата именно новых медиа.

Контент – это обобщенное понятие, которое имеет широкое определение и используется в разных сферах. В переводе с английского языка content означает «содержание».

Рассмотрим, как трактуют этот термин исследователи.

Т.С. Павленко в статье «Понятие «контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе» дает несколько определений понятия «контент» в разных контекстах:

- содержание (наполнение) чего-либо (это могут быть текстовые материалы или видео, аудиозаписи или картинки);
- любой вид информации (текст, аудио, видео, изображение), составляющий содержание инфопродукта;
- в контексте веб-ресурса контентом принято называть ту часть информационной составляющей сетевого ресурса, которую посетитель может использовать по своему усмотрению;
- в контексте учебной дисциплины материал является формой, которая наполнена содержанием (контентом) [33].

Более близкое к сфере медиа определение контента дает М.М. Лукина: «Содержание, контент (от англ.content – содержание) в медиаиндустрии рассматривается как любые данные – текст, звук, зрительные образы или комбинация мультимедийных данных, представленные в аналоговом или цифровом формате на разнообразных носителях, таких как бумага, микрофильм, магнитные или оптические запоминающие устройства. Согласно основному положению медиаэкономики, именно содержание является основным продуктом СМИ, который производится для последующей реализации на рынке товаров» [28, с. 22].

Однако определение М.М. Лукиной также представляется нам слишком общим. Например, исходя из определения Лукиной, фильм, записанный на карту памяти, также будет являться контентом. Но в качестве объекта для исследования нас интересует именно контент средств массовой информации или «медиаконтент». Таким образом, нам необходимо дать определение понятию «медиаконтент». В статье «От медиатекста к медиабренду» дается следующая трактовка этого термина: «Медиаконтент представляет совокупность широкого спектра медиатекстов (журналистских, рекламных, PR и других) структурно-содержательно упорядоченных в соответствии с концепцией и форматом конвергентного СМИ и ориентированных на интересы определенной целевой аудитории» [42].

Но это определение не затрагивает другие виды информации в СМИ – фото, видео, звук, поэтому кажется нам недостаточно исчерпывающим.

Рассмотрев разные определения понятий «контент» и «медиаконтент», которые дают исследователи, под медиаконтентом будем понимать следующее: «Медиаконтент – это совокупность широкого спектра медиатекстов (журналистских, рекламных, PR и других», а также иных данных – звука, зрительных образов или комбинации мультимедийных данных, структурно-содержательно упорядоченных в соответствии с концепцией и форматом СМИ и ориентированных на интересы определенной целевой аудитории».

Во многих определениях, рассмотренных нами, упоминается важное свойство медиаконтента – он предназначен для потребления определенной целевой аудиторией. Е.Л. Вартанова пишет: «На рынке СМИ в качестве товара выступает содержание – информация, мнения, развлечения, «упакованные» вместе и распространяемые в разных медиаформах, то есть в форме газеты, журнала, книги, радио- или телевизионной программы, кабельной услуги, кино- или видеопродукции. Содержание как товар предназначено для аудитории, которая и является потребителем СМИ» [4, с. 48].

Таким образом, дав определение понятию «медиаконтент», мы выделили его важное качество: в журналистике он является товаром, распространяемым в

разных медиаформах, предназначенным для аудитории. Поэтому для успешной деятельности на рынке СМИ медиаменеджерам необходимо определить совокупность потребностей своей аудитории и предоставить в ее распоряжение качественный контент, так как в конечном счете степень удовлетворения информационных потребностей аудитории влияет на рост прибыли медиапредприятий от реализации продукции.

Обратимся к классификации контента СМИ. Исследователи выделяют разные виды в зависимости формы представления контента, способа его производства, вида финансирования и даже жанра.

Например, в статье «Типологизация контента современных СМИ» авторы говорят о том, что традиционно существует наиболее обобщенная типология, основанная на мультимедийности СМИ: текстовый контент, аудиальный, визуальный и аудиовизуальный. Однако тут же приводят новую, более исчерпывающую классификацию, базирующуюся на комбинации разных характеристик интернет-коммуникации и текстовой информации:

1. *Текстовый/фото/видео и комбинированный контент.* Вид содержания в зависимости от типа носителя сообщения.

2. *Коммерческий/некоммерческий.* Коммерческий контент включает рекламную информацию, некоммерческий – новостные сюжеты, информационные сообщения и прочее.

3. *Новостной профессиональный/любительский контент.* Это разделение основано на материалах, подготовленных профессиональными журналистами и материалах, созданных читателями СМИ.

4. *Интерактивный контент* подразумевает разнообразные формы активности аудитории – комментарии, письма в редакцию, использование социальных плагинов, оценка публикаций.

5. *Сюжетный и справочный контент.* Сюжетный контент представляет собой материалы новостного формата, репортажи, художественные произведения. Справочный контент подразумевает информационную справку и феномене, личности и т.д.

6. *Внутренний и внешний контент.* Информация, произведенная непосредственно штатом интернет-издания (включая читателей-блогеров), называется внутренним контентом, а материалы из внешних источников – внешним.

7. *Линейный и гипертекстуальный контент.* Линейный контент подразумевает наличие текста в чистом виде, а гипертекстуальный, соответственно, подразумевает наличие ссылок на внутренние или внешние веб-источники» [7].

Существуют исследования, в которых дается классификация непосредственно текстового медиаконтента. Например, в докладе «Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления» сделан акцент на трех основных типах медиаконтента [30]:

1. *Оригинальный профессиональный контент*. Этот тип контента создается средствами массовой информации и другими профессиональными производителями (например, продакшн-студии). К нему относятся информационные сообщения СМИ, профессиональные фото-, аудио- и теле- (кино-) материалы, готовые статьи, программы, передачи, фильмы, информационные и развлекательные интернет-ресурсы.

2. *Любительский контент (или User Generated Content)*. Производится потребителями. К данному типу относятся записи в блогах (различного масштаба и ориентации) интернет-пользователей, записи в форумах, комментарии к сообщениям СМИ на сайтах СМИ, записи на персональных страницах в социальных сетях, созданные потребителем фото-, видео- и аудиоконтент, интернет-ресурсы, созданные частными пользователями.

3. Третьим типом контента является *продукт, создаваемый искусственным интеллектом*, то есть роботами. Наиболее популярным типом такого контента являются новостные агрегаторы и поисковые системы, которые фактически структурируют новостные потоки автоматически, то есть фактически выполняют фундаментальную функцию СМИ в установлении приоритетности новостей. Также сюда относятся автоматизированные системы создания корпоративных новостей и переписки.

Типология текстового медиаконтента, основанная на жанрах. Л. Кройчик выделяет следующие группы медиатекстов:

1) *оперативно-новостные* – в центре таких текстов – новость, то есть сообщение, содержащее информацию, ранее неизвестную аудитории. Но их специфика заключается в том, что на первый план выступает не оперативное значение сообщаемой информации, а ее истолкование;

2) *оперативно-исследовательские* – интервью, репортажи, отчеты;

3) *исследовательско-новостные* – корреспонденция, комментарий, рецензия. Тексты этой группы объединяет стремление публициста, с одной стороны, сохранить новостное ядро передаваемой информации (так называемая актуализация проблемы), а с другой – проанализировать возникшую проблему, дать оценку описываемым фактам. Оперативный повод, таким образом, уступает место актуально звучащей проблеме;

4) *исследовательские* – статья, письмо, обозрение. Данный вид текстов отличается опора не на описание фактов, а на логически-рациональный их анализ.

В центре повествования оказывается система рассуждений втора, иногда подчеркнута абстрагирующегося от используемых им фактов;

5) *исследовательско-образные* (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет [7].

Согласно теории российских исследователей Л.П. Кравченко, Г.А. Шееелва, Е.А. Фатеева, менеджмент контента состоит из четырех разделов, которые соответствуют работе с содержанием в каждом виде СМИ, соответственно, еще одна классификация контента основана на типе медиаплатформы: контент печатных СМИ, контент радиовещания, контент телевещания, контент интернет-СМИ [22].

На основе рассмотренных нами классификаций, выделим следующие виды медиаконтента (рисунок 1.1):

1. По виду носителя

- текстовый
- аудиальный
- визуальный
- аудиовизуальный

2. По типу финансирования

- коммерческий
- некоммерческий

3. По типу источника

- внутренний
- внешний

4. По способу производства

- профессиональный
- любительский
- произведенный искусственным интеллектом

5. По типу медиаплатформы

- контент печатных СМИ
- контент радиовещания
- контент телевещания
- контент интернет-СМИ

Рисунок 1.1 Виды медиаконтента

С целью конкретизировать объект исследования и определиться с сегментом изучения информационного рынка, в качестве объекта для исследования возьмем текстовый некоммерческий контент печатных СМИ.

Мы уже выяснили, что текстовый контент представлен в СМИ совокупностью широкого спектра медиатекстов. Исследователи говорят о медиатексте следующее: «Медиатекст выступает в роли обобщающего понятия для системы текстов массовой коммуникации, распространяемых через СМИ» [42].

Таким образом, медиатексты делятся на виды. Л.К. Лободенко в статье «Рекламный медиатекст в условиях конвергенции СМИ» выделяет следующие виды медиатекстов: журналистские, рекламные, PR-тексты [26].

В нашей работе мы будем рассматривать такой вид медиатекста как журналистский текст.

Общепризнанного определения текста до сих пор не существует. Разные исследователи дают разные трактовки. Например, И.Р. Гальперин определяет текст так: «Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку» [6].

Некоторые характеристики текста из этого определения представляются спорными, например, завершенность (у некоторых текстов нет конца, присутствует «открытый финал»), или существование только в письменном виде – текст может воплощаться, например, в публикациях прессы, а может и в устном сообщении. Также бывают тексты без заголовков.

Определение понятия «журналистский текст» куда более узкое. Е.В.Черникова пишет: «Журналистский текст – это система выразительных средств: вербальных (словесных) и невербальных (оформление) [41, с. 32].

Существует и другое определение журналистского текста. Так, А.П. Короченский определяет журналистский текст как «целостный по смыслу, опубликованный конечный журналистский продукт, воплощенный в текстовой, аудиальной, аудиовизуальной или мультимедийно-синтаксической формах» [21].

Определение А.П. Короченского представляется нам более исчерпывающим, так как в нем отмечено важное свойство журналистского текста: он является продуктом, он «опубликован» – то есть предназначен для аудитории, распространяется в разных медиаформах. Так как журналистский текст является видом медиаконтента, ему присущи те же качества, которым обладает медиаконтент. В первой главе мы выделили важное свойство медиаконтента – он является товаром. Рассмотрим особенности журналистского текста как товара.

«Журналистская информация имеет двойственную природу. С одной стороны, это продукт духовного производства, создаваемый с целью воздействия на сознание человека, побуждения его к определенной деятельности, изменения его представлений о мире или просто для лучшей его ориентации в тех жизненных ситуациях, в которых он находится. Но с другой стороны, эта информация поступает на рынок и становится товаром», – пишет С.М. Гуревич [7].

Журналистский текст, как мы писали ранее, выступает в роли товарной единицы. Как всякий товар, он обладает потребительской стоимостью и просто стоимостью. Первая означает способность этого товара удовлетворять информационную потребность его покупателя. Вторая означает цену затрат труда, необходимого для производства этого товара.

Различные СМИ поставляют на рынок разновидности этого товара. Телевидение и радио непрерывно производят новостную информацию. Газеты, оказываясь не в состоянии соревноваться с ними в оперативности и непрерывности сообщений, дают читателям комментированную информацию. Журналы производят свою, особую продукцию – специализированную аналитическую информацию и представляют читателям результаты художественно-публицистического, образного отображения действительности. Таким образом, журналистские тексты будут иметь разную специфику в зависимости от вида СМИ, в котором они представлены. В нашей работе мы будем анализировать журналистские тексты печатных СМИ.

Рассмотрим важные задачи журналистского текста. Основной из них является передача информации. Ею может быть описание какой-либо проблемы, события, конфликтной ситуации. Главное, что стоит при этом учесть – подлинная и проверенная реальность события. Также всем известна необходимость информационного повода написания текста, поскольку журналистский текст, как правило, связан с событиями, затрагивающими интересы читателей.

Приобретая журналистскую информацию, люди платят за нее определенную сумму. Причем платят не прямо за журналистские тексты, а опосредованно, например, за номер газеты или журнала как за единый пакет, в котором находят для себя способы удовлетворения набора своих потребностей. Поэтому для успешной деятельности на рынке менеджерам СМИ необходимо определить совокупность потребностей своей аудитории, ведь, в конечном счете, степень удовлетворения пакета информационных потребностей аудитории влияет на рост прибыли медиапредприятий от реализации продукции [10].

Стоит учесть то, что материал всегда имеет своё издание и аудиторию. Тем самым можно выделить такие задачи журналистского текста, как «ориентация на издание», а также «ориентация на интересы читателя. Конечными потребителями на информационном рынке являются читатели/телезрители/радиослушатели. Именно они предъявляют спрос на информационный продукт СМИ. Таким образом, можно сделать вывод, что важная задача журналистского текста – соответствие потребностям аудитории.

Итак, существуют разные классификации медиаконтента – по виду носителя, по типу финансирования, по типу источника, по способу производства и по типу медиаплатформы. Журналистский текст газет и журналов является видом медиатекста и относится к текстовому контенту печатных СМИ. Важная задача журналистского текста как товара – соответствовать потребностям аудитории.

1.2 Принципы и методы управления контентом

Управление контентом – многогранный рабочий процесс, требующий от редакции медиа владения некоторыми специальными знаниями.

Д.Н. Дроздов в работе «Менеджмент контента как важнейший тренд управления современными медиа» пишет, что важность менеджмента контента сегодня возрастает. Существует огромное количество источников информации и производителей содержания, а значит, мало просто произвести контент – нужно сделать его качественным и уникальным: «Наиболее востребованным становится именно уникальный контент. Роль медиаменеджеров в формировании контента СМИ особенно усиливается в условиях информационного общества, в котором резко возрастает количество каналов массовой информации, позволяющей обслуживать целевые аудитории. СМИ значительное время и усилия тратят не только на производство контента, который в современной действительности создается и вне традиционных медиаканалов, но и на его трансформирование, адаптацию, без чего невозможно себе представить работу большинства редакционных коллективов» [12]. Таким образом, актуальным становится поиск эффективных методов и принципов управления контентом.

Д.О. Никанович в книге «Теория и практика менеджмента контента белорусских СМИ» пишет об управлении контентом в жанрово-тематическом направлении.

Метод тематического анализа является основой для определения содержательной релевантности материала. Этот метод является основным при принятии решения о том, что является важной новостью, а что не заслуживает внимания аудитории. В рамках тематического анализа осуществляется ранжирование медиасобытий. Для этого используются семь принципов, которые называются «новостные ценности» (news values): impact, timeliness, prominence, proximity, bizzareness, conflict, currency [29].

Д.О. Никонович дает следующую интерпретацию этим принципам:

1. Impact – **воздействие**. Эта ценность измеряется условным количеством людей, чья жизнь будет зависеть от предмета истории. Так, новость в СМИ об увеличении налога на прибыль будет иметь тотальное воздействие, так как касается многих людей – а значит, новость подтолкнет читателя сосредоточить внимание на медиаконтенте. Пример контента с высоким уровнем воздействия для белорусских СМИ – новость о деноминации национальной валюты.

2. Timeliness – **своевременность**. Последние события имеют более высокую новостную ценность, чем те, которые произошли давно. Особенную ценность представляют те новости, которые СМИ передало аудитории раньше конкурентов. Однако тут тоже есть нюанс: очевидно, что для интернет-портала, контент которого обновляется ежедневно в режиме онлайн, и для журнала, который выходит раз в месяц, своевременность будет разная. Таким образом, от медиаменеджеров подобного журнала требуется создать не просто новостной контент, осветив события за месяц, а проанализировать их, тем самым сделав контент уникальным.

3. Prominence – **известность героев**. Публичные персоны имеют большую ценность для новостей, чем малоизвестные. Аудитория может активно интересоваться беременностью известной певицы, но беременность обычной женщины даже не станет информационным поводом. Эта ценность применяется не только для освещения личной жизни медийных персон, но и используется в более важных темах. Например, издания часто берут интервью и комментарии у известных спортсменов, актеров, музыкантов с целью выяснить их мнение по разным общественным или политическим вопросам.

4. Proximity – **территориальный фактор**. В основу этого принципа заложен закон МакЛьюга, смысл которого заключается в том, что новости имеют тем меньшую ценность, чем дальше они происходят от места, где про них в данный момент сообщается. Теория предусматривает, что сюжет про жертву в «домашнем» сообществе спровоцирует такую же реакцию аудитории, как новость о тысячах жертв на другом конце света.

5. Bizzareness – **неординарность**. Классической иллюстрацией этого принципа является популярная фраза: «Если собака укусила человека – это не новость. Новость – если человек укусил собаку».

6. Conflict – **конфликт**. Информация имеет конфликт, если речь идет про разногласия между двумя и более людьми.

7. Currency – **употребляемость, распространенность**. Некоторые темы на достаточно длительное время могут не сходить с информационной повестки. События и ситуации, которые уже стали новостями и предметами общественного обсуждения, как правило, воспринимаются аудиторией с вниманием, особенно, при возникновении новых подробностей, комментариев и дополнительной информации. Примером такой новости может служить судебный процесс над Владиславом Казакевичем, который совершил нападение на людей в ТЦ «Европа». Имя молодого человека не сходит со страниц СМИ уже больше года.

Следующий способ управления медиаконтентом – **метод жанрового анализа**.

Жанровый анализ в управлении контентом дает оценку уместности/неуместности выбранной формы подачи материала, определяет полноту раскрытия темы в рамках жанра, изучает творческие подходы авторов, учитывает потребности редакционного плана, а также специфические потребности аудитории, порождающие гибридные жанры.

Традиционно, журналистские жанры делят на три группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические. К информационной журналистике причисляются следующие жанры: информационную заметку, хронику, отчет, интервью, репортаж; к аналитической журналистике – корреспонденцию, статью, обозрение, обзор выступлений СМИ, рецензию, комментарий, литературно-критическую статью; к художественной публицистике – жанры: очерк, фельетон, памфлет, эпиграмму [35]. Однако потребности аудитории меняются, что ведет к изменению в жанровой системе. Некоторые жанры больше не воспринимаются как только информационные или только аналитические. Например, интервью перестало быть исключительно новостью из первых рук и вобрало в себя жанровые особенности очерка – сегодняшние интервью пропитаны интересом к личности собеседника.

Более того, с развитием технических инструментов, традиционные жанры приобретают новые возможности подачи материала. Например, в репортажах активно используются мультимедийные инструменты – видео, инфографика и т.п., что позволяет читателю глубже понимать описываемые события.

Кроме того, идет переосмысление жанровых ценностей. Некоторые почти ушли с газетной полосы (фельетон, обзор печати), другие напротив занимают все больше места (интервью, комментарий). Возникают новые жанры: журналистское расследование, исповедь, пресс-релиз. Значительную часть в современных СМИ занимают рекламные и PR-тексты. Появляются «диффузные жанры» – гибриды, которые объединяют особенности разных типов текстов. Позиционирование «уникальности» жанра является одним из элементов продвижения продукта [36].

Музыкальный контент имеет свои жанрово-тематические особенности. Чтобы выявить их, обратимся к истории музыкальной журналистики. В 1960-ых годах произошел переворот в музыкальной сфере – на первое место начинает стремительно выходить массовая популярная музыка, врывается в музыкальную индустрию рок-н-ролл, новые жанры отодвигают на второй план академическую музыку, что не могло не отразиться на медиатекстах о музыке. В следующие десятилетия музыковедение и музыкальная критика, которые раньше главенствовали, уступают первую позицию музыкальной журналистике, а значит, понемногу меняются жанровая структура и тематика материалов.

Например, Н.Р. Хасанова пишет о ситуации в Узбекистане: «В середине 1980-х гг. авторский состав музыкальной критики представлен в основном музыковедами. Жанровая панорама характеризуется доминированием информационно-описательной группы, но высок и процент аналитических откликов на книжные издания, концерты и т. д. К середине 1990-х гг. в музыкальной критике Узбекистана преобладали студенты ТГК им. М. Ашрафи и журналисты общего профиля. В жанровой сфере – преобладание информационно-описательных материалов, оформленных в разные жанровые одежды» [39, с. 8].

Подобные изменения характерны и для других республик бывшего СССР, и вызваны они возникшей необходимостью в музыкальной публицистике, имевшей целью не более или менее развернутый анализ явлений и процессов музыкальной культуры, а сжатое и эмоциональное информирование о них.

Если главным жанром музыкальной критики считалась рецензия, то в музыкальной журналистике им стал репортаж.

Понятие «репортаж» возникло в первой половине XIX в. и происходит от латинского слова *reportare*, означающего «передавать», «сообщать». Задача любого репортера заключается прежде всего в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортера), т. е. создать «эффект присутствия». Для репортера важно не только наглядно

описать событие, но и описать его так, чтобы вызвать сопереживание читателя тому, о чем идет речь в тексте [35].

Репортер – классическая профессия газетного журналиста, доставляющего оперативную информацию о событиях, фактах, свидетелем или участником которых ему удастся быть. Репортаж – это материал, отражающий полученную информацию с позиции самого репортера. Это оценочно окрашенное, индивидуальное, то есть авторское освещение. С точки зрения музыкальной журналистики, объект репортажа – музыкальное событие [24].

К основным признакам репортажа можно отнести оперативность и актуальность. Репортаж – это всегда моментальный отклик на происходящее. Для репортажа характерно хронологическое следование за событием, точное указание места и времени действия, за счет чего и создается «эффект присутствия». Чтобы показать события в динамике, в центр произведения автор ставит самые яркие и эмоционально насыщенные моменты. В репортаже позиция автора является доминирующей, так как именно через его личностное восприятие читателю передается весь колорит происходящего. Для создания «эффекта присутствия» автор может поделиться с читателями своими непосредственными чувствами и впечатлениями, описать свои внутренние переживания и эмоции, оценить, привести собственные рассуждения и комментарии.

Музыкальные репортажи появляются в СМИ как материалы о концертах, фестивалях и прочих выступлениях групп или исполнителей.

В музыкальной андеграундной прессе возник специфический жанр с разговорным названием «телега», представляющий собой нечто среднее между репортажем, отчетом и эссе. Личность автора и его размышления в данном жанре если не доминируют над изложением действия, то, во всяком случае, ему не уступают. Как правило, «телега» весьма насыщена разговорной лексикой и сленгом [32, с. 68].

Тематическое поле в музыкальном контенте также изменялось. Например, кардинальные перемены происходили в период перестройки. Переворот в государственной политике 1980-х гг. не мог не отразиться на музыкальной журналистике. Если раньше на страницах газет преимущественно публиковались материалы об академической и популярной музыке, то в этот период из подполья вышел рок. Вспомним, что рок-музыка в Советском Союзе была под негласным запретом. Официальных постановлений о запрете не было – они существовали на негласном уровне. Другое дело – средства массовой информации. А.С. Козлов пишет: «СМИ, следуя «телефонным», а нередко и засекреченным циркулярам и предписаниям, набрасывались на рок-музыку на всех возможных уровнях – от газеты «Правда» до самого мелкого партийного

издания или производственной стенгазеты, от Первого канала телевидения до районной радиостанции. В работу включились все – от политкомментаторов и журналистов до услужливых музыковедов, социологов и даже физиологов, убедительно показавших всем, что рок отрицательно влияет на человеческий организм, в частности, на спинномозговую жидкость. Обвинение было простым: рок-музыка – это не только низкопробное и вредное явление, а мощное средство буржуазной идеологии, направленное на растление советской молодежи, а значит, на подрыв устоев всей нашей жизни» [17].

Но в годы «перестройки» ситуация кардинально изменилась.

А. Троицкий пишет: «Культурное руководство явно находилось в состоянии растерянности и оцепенения. Душить рок по-прежнему они уже никак не могли в силу четырех обстоятельств. Первое: в политических заявлениях партии постоянно говорилось о необходимости реалистического и неформального подхода к молодежи, изучении ее вкусов и настоящих потребностей, поощрении инициатив – а рок здесь играл одну из первых ролей. Второе: ряд тем (коррупция, наркомания, фарцовка), бывших ранее табу и за освещение которых рокерам здорово доставалось, теперь оказались вынесенными на полосы центральных газет. Третье: в почете теперь была не только критика, но и возможные экономические рычаги, понятия прибыли и рентабельности – а в коммерческих преимуществах рока можно было не сомневаться. Четвертое: монументальная антиалкогольная кампания подразумевала создание альтернатив молодежному пьянству: клубов по интересам, дискотек, концертов и прочих форм «трезвых» развлечений – и опять рок был неизбежен» [38]. Как видим, контент музыкальных СМИ на протяжении истории претерпевает значительные изменения в жанрово-тематическом плане. На музыкальных текстах сказываются перевороты в музыкальной сфере и политические реформы. В музыкальной журналистике тоже происходит переоценка жанровых ценностей: музыковедческие тексты и критические рецензии уступают место репортажу. Значительные колебания наблюдаются и в тематическом поле – наряду с материалами об академической музыке появляются тексты о других жанрах.

Таким образом, главным жанром музыкальной журналистики становится репортаж, а наряду с материалами об академической музыке появляются тексты о других музыкальных направлениях, что характерно и для сегодняшней музыкальной журналистики.

Мы рассмотрели метод жанрового и тематического анализа. Но наряду с этими двумя направлениями менеджмента контента существует еще одна важная область управления содержанием – **управление качеством контента.**

Мы уже выяснили, что цель медиаменеджера – определить совокупность потребностей своей аудитории и предоставить в ее распоряжение качественный контент, так как именно от степени удовлетворения информационных потребностей аудитории зависит прибыль медиапредприятий. В определении качества контента и его характеристик существуют разные подходы. Д.О. Никонович предлагает рассматривать качество медиаконтента в следующих направлениях [29]:

1) **правовое.** Предусматривает законность информации, ее соответствие Конституции, государственным и международным документам в медиасфере;

2) **этико-политическое.** Определяет достоверность журналистской информации (правдивость фактов), объективность, надежность использованных источников, соответствие кодексу профессиональной этики;

3) **психологическое.** Изучают позитивные и негативные эффекты контента, которые оказываются на аудиторию: информация создает у медиапотребителей социально-психологические установки, подталкивает к определенным реакциям;

4) **лингвостилистическое.** В этом направлении контент анализируется на сохранение соответствующих норм, необходимых для упорядоченной и эффективной коммуникации. Важной составляющей в менеджменте медиаконтента остается языковое оформление журналистских материалов. Лингвостилистическое направление в определении качества контента тесно связано с жанровой формой медиасодержания. Например, технологии интервью предусматривают соблюдение семантико-грамматических принципов. Неопытные журналисты часто совершают ошибки, которые не позволяют называть интервью «качественным» в лингвостилистическом направлении: перегруженные вопросы, сложные для восприятия, оценочные слова и выражения, которые могут увести разговор в сторону и вызвать непредсказуемую реакцию собеседника, утвердительные предложения вместо восклицательных, что передает герою контроль над ходом интервью. Учитывать стилистические нюансы при подготовке таких материалов необходимо, чтобы создать качественный контент, который заинтересует аудиторию;

5) **художественное.** Художественные характеристики медиаконтента свидетельствуют про мастерство авторских находок в подаче информации, в подборке и интерпретации фактов. Это направление также связано с жанровой формой контента. Нужно учитывать, что художественные требования к журналистскому тексту зависят от выбранного жанра: творческое начало имеет

разные проявление в информационных, аналитических и художественно-публицистических жанровых формах;

6) **экономическое.** В первом пункте мы выявили важное качество медиаконтента – он предназначен для потребления конкретной целевой аудиторией, а значит, является товаром. А значит, ценность контента как любого товара – его продаваемость, то есть способность привлекать массовую аудиторию. Таким образом, к журналистским материалам сегодня можно применить и экономические критерии;

7) **менеджмент-маркетинговое.** Опирается на то, что медийный контент формируется на основе представления о запросах аудитории. Управляя творческим редакционным процессом, медиаменеджер вместе с журналистами подбирает контент, который будет размещен в номере издания. От принятия решения насчет тематики выпуска, его адресности, локальности и другого зависит качество окончательного продукта, а значит, степень удовлетворения читателей. Одной из задач менеджмента медиаконтента является достижение согласия между «информационным голодом» аудитории и предложенным ей «информационным меню»;

В учебной программе по дисциплине «Теория и практика современного менеджмента СМИ» Белорусского государственного университета выделяются еще два уровня менеджмента контента – **структурно-композиционный и графический** [11]. Эти уровни подразумевают рубрикацию контента, особенности создания заголовков и лидов для различных медиа. Например, стилистические особенности каждой медиаплатформы требуют тщательного подхода к созданию заголовка – средства формирования информационных потребностей пользователя. Специфика написания названий материалов в печатных и в интернет-СМИ принципиально отличаются. Важным элементом, который «продает» читателю журналистское произведение, является лид. Задача заголовка – привлечь внимание читателя к материалу, лид же должен так презентовать информацию, чтобы заинтересовать читателя ознакомиться со всем текстом.

Также эти направления включают характеристику выразительных средств оформления медиаконтента, пространственную организацию иллюстраций, их информационное взаимодействие с текстами. Несомненно, структурно-композиционный и графический уровни также относятся к определению качества контента.

СМИ могут пренебрегать некоторыми из указанных принципов. В связи с этим возникает **проблема критериев качества журналистской информации**, которая заключается в том, что далеко не всегда высокохудожественный, корректный с этической и правовой стороны контент, в котором соблюдены все

языковые нормы, приносит желаемый экономический эффект. Возникает скорее обратная ситуация. Например, скандальный антиэтичный материал о личной жизни известной медиаперсоны, вероятнее всего, привлечет в разы больше внимания, чем качественный во всех указанных нами направлениях текст о творческом пути этой же персоны.

Очевидно, что существует необходимость в едином подходе к созданию формата издания как внутреннего стандарта организации контента редакции и как рыночного инструмента. Таким образом, актуальным и востребованным на сегодня становится новое направление теории журналистики – менеджмент контента СМИ, или менеджмент медиаконтента.

Выводы.

1. Управление контентом в тематическом плане подразумевает определение содержательной релевантности материалов и ранжировании текстов по степени «новостной ценности», которая зависит от соблюдения следующих принципов: воздействие, своевременность, известность героев, территориальный фактор, неординарность, конфликт, употребляемость.

2. Управление контентом в жанровом плане включает выбор верной формы подачи материала, определяет полноту раскрытия темы в рамках жанра.

3. Управление качеством контента подразумевает соответствие контента СМИ информационным запросам целевой аудитории и рассматривает медиаконтент в правовом, этико-политическом, психологическом, лингвостилистическом, художественном, экономическом, менеджмент-маркетинговом, структурно-композиционном и графическом направлениях.

ГЛАВА 2

ФОРМАТ И СОДЕРЖАНИЕ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

2.1 Музыкальная журналистика Беларуси в контексте советской

Для того чтобы проанализировать музыкальные медиа и проследить формирование их контента, для начала определим понятие «музыкальная журналистика» и обратимся к истории ее развития.

Все тексты, написанные на музыкальную тематику, можно условно разделить на три большие группы: музыковедение, музыкальная критика и музыкальная журналистика. Охарактеризуем каждую из них.

Музыковедение стоит отдельно от двух остальных групп. Толковый словарь Ожегова дает нам следующую трактовку: «Музыковедение – раздел искусствоведения, изучающий историю и теорию музыки, музыкальную культуру народов» [31]. Таким образом, музыковедение – это наука, поэтому тексты этой группы обычно носят научный либо научно-популярный характер, тогда как произведения критиков и журналистов, пишущих на музыкальные темы, характеризуются в первую очередь публицистичностью.

Рассмотрим понятия «музыкальная критика» и «музыкальная журналистика». Несмотря на то, что часто эти два термина употребляются как синонимы, они принципиально различны.

Т.А. Курышева в книге «Музыкальная журналистика и музыкальная критика» пишет следующее: «Понятие «музыкальная критика» отражает характер мыслительной деятельности – художественно-оценочной по своей природе, направленной на творческую составляющую современного для каждого журналиста музыкального процесса» [24].

Вместе с критикой литературной, театральной, кинокритикой музыкальная критика – понятие, которое устоялось и употребляется и в научных, и в широких общественных кругах.

Работа в области музыкальной критики требует от журналиста особых знаний. Авторы текстов, как правило, люди со специальным музыкальным образованием. Это подразумевает, что музыкальная критика рассчитана на достаточно узкую аудиторию, так как анализ музыкальной формы интересен в основном немногочисленным профессионалам: композиторам, исполнителям, преподавателям музыки.

Перейдем к понятию «музыкальная журналистика».

А.С. Александров в статье «Беларуская музычная журналістыка ў 1960–1980 гг.» пишет, что на сегодня не существует точного определения того, что такое «музыкальная журналистика». Материалы музыкальной тематики рассматривают как особую отрасль арт-журналистики, которой присущи свои особенности. И одна из главных – ориентация на массового читателя [1].

У Т.А. Курышевой читаем: «Понятие «музыкальная журналистика» отражает форму реализации особой музыкально-литературной деятельности, принадлежащей системе прикладного музыковедения. То есть музыкальная журналистика может служить способом выхода как музыкальной критики (оценочной мысли), так и музыкального просветительства, популяризации и пропаганды, любой публицистики, направленной на музыкально-культурный процесс» [24].

Таким образом, понятие «музыкальная журналистика» намного шире. Главные черты критических текстов – это анализ, оценка. А под определение «музыкальная журналистика» подпадают любые публицистические материалы о музыке.

Поскольку единого подхода к трактовке понятия «музыкальная журналистика» не существует, можно говорить о двояком толковании. В некоторых случаях к музыкальной журналистике относят весь контент СМИ, который связан с музыкальной тематикой, а в других воспринимают ее как специфическую форму литературно-художественной критики [32, с. 23].

Обратимся к истории развития музыкальной журналистики.

В 60-х годах XX века в истории мировой музыки происходит переворот. Любительское искусство становится распространенным, стирается граница между собственно любительством и профессионализмом. Именно тогда, и во многом благодаря СМИ, в музыке выделяется то направление, которое в самом широком смысле сегодня называют «популярной музыкой». Поэтому и стоит говорить, что в 1960-е годы прошлого века начинает формироваться и массовая музыкальная журналистика [1].

Если говорить о советской журналистике, то тут настоящий переворот происходит в годы «перестройки».

Процессы демократизации и либерализации не только изменили типологию периодических изданий, но и заметно повлияли на качество публикаций. В СМИ, как в зеркале, отражался процесс формирования определенного деструктивного поля, где информация уступила место развлечению. В конечном счете это было связано с меняющимся на глазах социокультурным контекстом и концепцией человека [34].

Журналистика стала приспосабливаться к усредненным и, как правило, невзыскательным вкусам. Грань между качественными и таблоидными СМИ

оказалась весьма зыбкой. Определенные «мутации» произошли и с литературно-художественной критикой. Принципы, методы, тематическое поле, жанровая структура критики заметно изменились. Она стала менее информативной, но в большей степени информационной. В печати забвению были преданы те жанры, которые в отечественной теории и практике журналистики всегда назывались «аналитические», «художественно-публицистические». Со страниц газет, журналов (не только массовых, но и специализированных) исчезли творческие портреты, рецензии, проблемные статьи, обзоры. Их место заняли аннотации, «домашние» интервью, светская хроника. Акцент делался на то, чтобы в информации доминировала развлекательная часть. Не случайно в обиход вошло новое жанровое понятие «инфотейнмент» («информация плюс развлечение» либо «разыгрывание новости»). Из-за установки приобщить журналистику к массовой культуре обнаружился дефицит авторов. Авторской журналистикой стали называть более-менее персонифицированные тексты. Для их получения отпала необходимость в приобщении к редакционной работе критиков, профессионалов в осмыслении литературно-художественного творчества. Критика перестала быть самоценным культурным полем журналистики, а сделалась дополнительным элементом развлекательного журналистского дискурса. Среди понятий, обозначающих разные виды журналистской деятельности, появились такие, как театральная журналистика, киножурналистика, музыкальная журналистика вместо театральной критики, кинокритики, музыкальной критики. Слово «журналистика» как дополнение к тому или иному виду искусства стало обозначать и легкое чтение, и отсутствие аналитических подходов, и клишированность журналистских текстов, и стандартность журналистского сознания [34].

Таким образом, музыкальная журналистика сформировалась куда позже, чем музыкальная критика и музыковедение. Главная особенность музыкальной журналистики – ориентация на массового читателя, не имеющего специального музыкального образования. Тексты, которые мы относим к музыкальной журналистике, не требуют от читателя специальных знаний, доступны, достаточно просты и часто носят развлекательный характер. Следует отметить также то, что их авторы часто также разбираются в теме весьма поверхностно, это не профессионалы в сфере музыки, а журналисты.

Проведем хронологический обзор музыкальной тематики в советских и белорусских СМИ.

Специализированные музыкальные издания, которые выходили в Советском Союзе до перестройки, как правило, имели мало отношения именно к музыкальной журналистике. Материалы, опубликованные в них, скорее

можно отнести к музыковедению. Примером такого издания является журнал «Советская музыка» (с 1992 года выходит под названием «Музыкальная академия»). Основанный в 1933 году, журнал освещал результаты научных исследований в музыкальной сфере, публиковал дискуссионные материалы, критические статьи и рецензии на концерты и театральные премьеры, на книжные и нотные издания. В первую очередь журнал был рассчитан на профессионалов-музыкантов, музыковедов. В «Советской музыке» имелись рубрики: «Музыка в пространстве культуры», «Творчество», «Музыкальный театр», «Исполнительство», «Вопросы теории и истории», «Штудии» и др. Ведущее место среди публикаций занимало творчество современных композиторов [2].

Наряду с «Советской музыкой» выходил еще один журнал об академической музыке – «Музыкальная жизнь». Он был основан в 1957 году как официальный печатный орган Союза композиторов СССР и Министерства культуры СССР. Главной задачей «Музыкальной жизни» была популяризация классической музыки для широкого круга любителей и информирование профессионалов о сфере искусства. Журнал освещал события музыкальной жизни в России и в мире, рассказывал о различных фестивалях и конкурсах, обсуждал актуальные вопросы исполнительства и музыкальной педагогики, вопросы истории музыки и жанров музыкально-сценического искусства, помогая тем самым своим читателям составить наиболее полную картину развивающихся процессов в мире музыки. В журнале вместе с эстетическими вопросами российского музыкального искусства печатались беседы, посвящённые произведениям классической и современной музыки, и интервью с известными музыкальными деятелями, в которых перед читателем раскрывалось их отношение к искусству. Кроме того в журнале были представлены творческие портреты выдающихся музыкальных исполнителей, рецензии на музыкальные спектакли и концерты, отзывы на вышедшие книги, ноты, грампластинки [2].

В 1989 году появляется газета «Музыкальное обозрение», посвященная классической и современной академической музыке. Газета основана как информационное издание Союза композиторов СССР. Содержание «Музыкального обозрения» – все жанры и направления академической музыки и исполнительства персоны.

В газете представлены важнейшие события музыкальной России: фестивали, конкурсы, концерты, гастрольные поездки, оперные и балетные премьеры; культурная политика федеральных и региональных органов законодательной и исполнительной власти; крупнейшие фигуры мирового музыкального искусства; памятные даты музыкальной истории; строительство и

реконструкция театров и концертных залов; жизнь филармоний, симфонических и камерных оркестров, театров оперы и балета, музыкальных театров, консерваторий и других учебных заведений культуры и искусства; практически все книжные новинки в области музыкального искусства; новости столиц, регионов, зарубежья [15].

Свою аудиторию «Музыкальное обозрение» описывает так: «Читатели газеты – студенты и профессора, ректоры и директора, режиссеры и дирижеры, композиторы и исполнители, профессионалы и любители музыкального искусства, менеджеры и министры, губернаторы и депутаты». Материалы об альтернативной музыке на страницах этих изданий не появляются.

Кроме специализированных изданий, музыкальную тематику освещали также молодежные журналы. Например, в журнале «Ровесник» регулярно появлялись публикации о рок-музыке, а также о жизни и культуре западной молодежи. Тиражи издания достигали миллионов. «Ровесник» известен тем, что в 1980-х и 1990-х годах в нем публиковалась «Рок-энциклопедия Ровесника» – первый опыт рок-энциклопедии на русском языке. Писал её Сергей Кастальский, и в каждом номере публиковались несколько статей энциклопедии в алфавитном порядке. «Рок-энциклопедия» Кастальского была издана отдельной книгой в 1997 году. Всего в ней содержится 1357 статей о рок-музыке, 964 иллюстрации, 210 обзоров альбомов, 49 статей о музыкальных стилях, дискографии, тексты песен.

Чуть позже успех «Ровесника» попытался повторить журнал «Мы», начавший публиковать свою «Рок-энциклопедию». С 1992 года эта постоянная рубрика в нём заменяется на «Энциклопедию металлического рока», в которой в алфавитном порядке даются переводные статьи о малоизвестных в Советском Союзе зарубежных рок-коллективах.

Начиная с 1970-х, в СССР активно развивается подпольная музыкальная пресса – самиздат. В 1980-е годы в условиях партийно-государственной монополии на культуру печать не одобренных правительственными органами и «идейно чуждых» СМИ могла осуществляться только нелегально и самостоятельно. Так начали возникать рукописные подпольные журналы, писавшие о неугодных правительству рок-группах.

Авторы чаще всего не были профессиональными журналистами: они были либо музыкантами, либо просвещёнными любителями. Так появляются легендарный петербургский журнал «Рокси», журналы «Ухо», «Урлайт», «Контркультура», «Марока», а также московский «Зеркало», который зародился в студенческом клубе МИФИ, где начинал свою карьеру известный музыкальный журналист А.К. Троицкий.

Что происходит в это время в белорусской музыкальной журналистике? Единственной массовой газетой, специализировавшейся в том числе и на музыке, является «Літаратура і мастацтва». Но она предоставляет свои полосы в основном академическому искусству (классической музыке, опере, балету) и народной музыке.

В 1983 году начинает издаваться журнал «Мастацтва». Редактором отдела музыки в нем становится Д.А. Подберезский. В публикациях он часто обращается к джазовой музыке, что тогда было ново.

Из молодежных изданий активно освещает музыкальную тематику газета «Знамя юности». Большое внимание в ней уделяется материалам, которые анонсируют концертные мероприятия. Они приобретают одну современную черту: действительно рекламируют мероприятия и привлекают внимание возможных будущих посетителей. Одним из первопроходцев здесь был главный редактор газеты «Советская Белоруссия» того времени П.И. Якубович. Это он присутствовал на ночных генеральных репетициях «Песняров», а потом, за день до начала серии концертов, публиковал большой интригующий материал.

Публикации о музыке начинают появляться и в общественно-политических изданиях. Например, в газете «Чырвоная змена» выходит довольно объемная рубрика «Мелодия» (в 1986 году переименована в «Нотны аркуш»). В «Чырвонай змене» – на манер западных изданий – появляется первый в белорусской печати и один из первых в советской печати хит-парад.

В Беларуси появляются свои самиздатовские журналы. Например, первые номера журнала «О'корок», который позже легально издавался в Могилеве, журнал «Смага: Беларускі rock'n'roll інфарматар».

В 1990 году начали появляться специализированные музыкальные издания, в центре внимания которых была уже не только академическая музыка. Так, уже в независимой Беларуси начали выходить «Музыкальная газета», журналы «Jazz-квадрат» и «НОТ-7».

Таким образом, современная музыкальная журналистика окончательно отделилась от музыковедения и музыкальной критики, став самостоятельной формой. Среди ее основных характеристик можно выделить ориентацию на массовую аудиторию, персонифицированность, развлекательный характер материалов, изменение в жанровом и тематическом поле. Выходившие в разные годы издания, которые освещали музыкальную тематику, можно условно разделить на три группы:

- 1) специализированные музыкальные издания,
- 2) неспециализированные СМИ, на страницах которых можно встретить материалы о музыке,

3) подпольная музыкальная пресса – самиздат.

2.3 Жанрово-тематические черты изданий о музыке (на примере журнала «Ровесник», «Музыкальной газеты» и самиздата)

В первой главе мы рассмотрели управление медиаконтентом в жанрово-тематическом плане и выделили семь принципов: воздействие, своевременность, известность героев, территориальный фактор, неординарность, конфликт, употребляемость. Проанализируем жанровые особенности контента первого в СНГ еженедельника о музыке «Музыкальная газета», самиздатовских музыкальных журналов, а также молодежного журнала «Ровесник» и оценим, насколько материалы данных изданий соответствуют выделенным нами принципам.

Журнал «Ровесник» появился в 1962 году. Существовая под эгидой ЦК ВЛКСМ и КМО СССР, журнал писал о жизни и культуре зарубежной молодежи, а также о рок-музыке – уникальных тогда для советских подростков темах (рисунок 2.3.1).



Рисунок 2.3.1 Обложки журнала «Ровесник» (1991)

В рубрике «Видеоклуб» регулярно появлялись рецензии на новые фильмы, раздел «Что говорят... Что пишут...» освещал последние новости, а «Рок-энциклопедия» знакомила аудиторию с зарубежными музыкальными коллективами. В журнале читатели могли найти постеры с любимыми исполнителями, а на последней странице печатались ноты и слова самых популярных в то время песен.

«Рок-энциклопедия» представляла собой серию публикаций о популярных исполнителях, составленную в алфавитном порядке. В них кратко рассказывалось о биографии музыкантов, упоминались наиболее значимые их альбомы и композиции.

Например, в № 10 за октябрь 1987 года в рубрике рассказывалось про группы Archies, Argent, Armaggedon. Так же в «Рок-энциклопедии» приводились термины, связанные с музыкой. В том же номере читаем: «Арт-рок. Наиболее точно этот термин можно было бы перевести как «интеллектуальный рок», но дать ему точную характеристику, пожалуй, невозможно. Обычно подразумевается такая форма рок-музыки, для которой характерны приемы, присущие классической европейской музыке: многоплановые композиции, приближающиеся по форме к традиционной сюите, сложный ритмический рисунок, использование пауз как составных элементов музыки. Но прежде всего арт-рок – это способ музыкального мышления композитора, который должен хорошо разбираться не только в классике, но и в джазе, и в музыкальном фольклоре» (Приложение А).

Материалы о музыке выходили в «Ровеснике» еще до перестройки. В основном это были переводные статьи зарубежных журналистов – по типу источника преобладал внешний контент. Например, в июньском номере за 1975 год вышел материал «Выпускник королевской музыкальной академии» об Элтоне Джоне – материал американской журналистки Маргарет Ингхэм (Приложение А).

Первая часть публикации представляет собой репортаж с нью-йоркского концерта Элтона Джона. Вторая часть – небольшое интервью с музыкантом после выступления. Как видим, наблюдается смешение жанров, что характерно для современной музыкальной журналистики.

Текст в «репортажной» части очень образный, автор рисует подробную картину происходящего на сцене, создает «эффект присутствия» для тех поклонников, которым не довелось попасть на концерт, которые будут читать про него в журнале позже: «На сцену выходит группа. Не обращая внимания на ревущих поклонников, Элтон Джон садится к роялю и берет первые аккорды, потом следует несколько щекочущих арпеджио – школа видна сразу. Бас-гитара исподтишка вторит глубокими, напевными звуками. Ударник

скрывается за баррикадой из 13 барабанов и пока бездействует <...> Элтон Джон, слегка заглывая слова, начинает петь своим высоким, немного сдавленным голосом. <...> Он никак не хочет сидеть спокойно. То вскарабкается на свой концертный рояль «Стейнвей» и подбадривает аудиторию ритмичными хлопками, то проделывает серию акробатических номеров над клавиатурой: стойка, кульбит, опять стойка...»

Но в то же время в тексте можно встретить следующую фразу: «Приученные к выходкам «рок-фэнов» билетеры здесь не стеснялись в выражениях, но я столь явно выпадала из общей массы юных зрителей, что ко мне обратились довольно вежливо: А ну-ка проваливай с прохода».

Эта цитата ярко отражает мнение, которое сложилось о поклонниках рок-музыки в те годы: безбашенные, грубые и вечно готовые на «выходки» молодые люди, использующие нецензурную лексику и реагирующие исключительно на нее же.

Впрочем, негативная репутация сложилась не только о рок-фанатах, но и о самих исполнителях музыки подобного жанра, что видим в следующей цитате: «Конечно, я привыкла к тому, что в наши дни рок-звезды появляются на сцене в нижнем белье, а то и в чем мать родила, и жуют резинку во время пения».

Но такое стереотипное мнение о фанатах и исполнителях удивительным образом сочетается с восприятием автора рок-музыки в целом. «Человек, окончивший Королевскую музыкальную академию, человек, который пишет, может быть, самую интеллигентную рок-музыку – тонкую смесь рока и стиля «соул», который поет вещи продуманные, отполированные, и, главное, очень сентиментальные», – так описывает журналистка Элтона Джона.

Определение «интеллигентная» по отношению к музыке этого исполнителя говорит нам о том, что этот рок перестает быть «низкопробным и вредным явлением, направленным на растление советской молодежи». Он может быть «тонким», «продуманным», «сентиментальным».

Проанализируем, насколько этот материал отвечает семи «новостным ценностям». Несомненно, материал обладает такой новостной ценностью как «известность героя». Здесь можно выделить еще одну особенность музыкального контента. В центре внимания таких текстов находятся личность или творчество конкретного музыканта, коллектива или группы исполнителей. Как правило, музыканты в той или иной степени популярные персоны, а значит, большая часть музыкальных текстов будут соответствовать принципу «известность героев». Также мы можем назвать материал своевременным, так как он представляет собой репортаж о недавно прошедшем мероприятии с элементами актуального интервью с музыкантами сразу после выступления.

Очевидно, что от информации, которая содержится в тексте, жизнь читателей издания не изменится. Материал будет интересен поклонникам Элтона Джона, однако общий уровень воздействия у него невысокий. Заметим, что это тоже является особенностью музыкальных текстов – напрямую такие тексты влияют только на поклонников музыканта и на самого музыканта.

Территориальный фактор также не способствует повышению «новостной ценности» текста – нью-йоркский концерт британского исполнителя слишком далек от советского читателя «Ровесника». Пункт «неординарность» в применении к этому тексту можно рассматривать с двух сторон. С одной – в 1975 году рок-концерты для СССР были событием действительно незаурядным, а значит, сам факт выступления рок-исполнителя, пусть даже и в Нью-Йорке, наверняка вызывал интерес советского читателя. Но с другой, материалы о зарубежных выступлениях популярных музыкантов появлялись на страницах «Ровесника» регулярно, а значит, этот текст не являлся принципиально новым и сенсационным для читателя. Явного центрального конфликта в материале нет, однако мимоходом автор упоминает билетеров, которые «не стесняются в выражениях» в отношении фанатов, таким образом, конфликт не является главной темой материала, однако все-таки присутствует. Материал представляет собой репортаж, а значит, привязан к конкретному событию. Концерт прошел – материал утратил свою актуальность, а значит, возвращаться к нему нет необходимости. Таким образом, такая новостная ценность как «употребляемость» тексту не присуща.

Появляются в «Ровеснике» не только развлекательные репортажи, но и достаточно серьезные материалы. Например, статья «Размышления у верстового столба», опубликованная в сентябрьском номере за 1991 год. Интересно, что сам текст написан в 1975, но издатели журнала публикуют его только в девяностых (Приложение А). Ее автор, французский писатель Мишель Лансело, рассуждает о западной рок-музыке 1970-х годов: «Мне кажется, что из феномена, рожденного жизнью, рок превратился в лавку экзотических товаров с витриной во всю стену. И то, что этот декаданс может завораживать слушателя, ничего не меняет в том факте, что это декаданс», – пишет автор. В то время как в Советском Союзе рок-культура только начинает зарождаться, Лансело размышляет об упадке рока на Западе, где «все более бросается в глаза коммерческий подход рок-групп к своим выступлениям, а иногда и полный отход от духовных корней рока, рожденного и созданного для бунта». Известность героев (автор вспоминает множество популярных групп, например, «Пинк Флойд»), употребляемость (о чем свидетельствует перепечатка материала столько лет спустя), неординарность темы (в то время, как другие пишут о зарождении рок-культуры в Союзе, автор пишет о ее

упадке), явный конфликт – материал отвечает большинству «новостных ценностей». Не соблюдаются принципы «своевременность» и «территориальный фактор».

Публиковались в «Ровеснике» материалы и советских авторов – но снова о западных коллективах. Например, с журналом сотрудничал А.К. Троицкий – как мы уже отмечали, известный музыкальный критик и журналист. В № 4 за 1976 год вышел его материал «Куда летит «Цеппелин»?» о британской группе Led Zeppelin (Приложение А). Троицкий пишет об истории создания коллектива, кратко характеризует их альбомы и рассказывает про самые значимые выступления группы. Материал стоит на границе музыкальной критики и музыкальной журналистики. С одной стороны, это достаточно «легкий» текст, рассчитанный на массовую аудиторию, что характерно для музыкальной журналистики. Его цель – познакомить читателя с группой, рассказать историю успеха Led Zeppelin, осветить наиболее интересные моменты их биографии, например, выбор названия: «Поначалу они хотели назвать себя незатейливо – «Бешеные собаки», затем «Надувная подушка» (исходя из укоренившейся в те годы традиции «чем бессмысленнее, тем лучше»); наконец, было найдено словосочетание «Лед Зеппелин» – “Управляемый Цеппелин”».

Но в тексте можно найти элементы, характерные для музыкальной критики, например, так Троицкий оценивает один из альбомов группы: «Из пятнадцати песен альбома впечатление производит, пожалуй, только одна: «Растоптанный ногами». Это весьма энергичный номер с заметным влиянием стиля соул. Сейчас его прочтат в новый «гимн цеппелинов» – вместо «Много-много любви». А все остальное – лишь набор трехааккордных рок-н-роллов, акустических пасторалей и баллад с неожиданно появившимися битловскими интонациями. Удручающе. Если попытаться одним словом охарактеризовать последнюю пластинку «Лед Зеппелин», то этим словом будет «декаданс». У группы нет ни позитивной, ни негативной программы. Это и не «чистое искусство» – в стиле пятого диска. Упадок, апатия, болезненность. Похоже, «цеппелины» просто устали. Что пытаются утвердить новые «ЛЗ», я, право, определить не берусь. А раньше?.. Что ж, на первых своих пластинках «цеппелины» утверждали энергию, молодость. Много-много любви еще не было растоптано ногами».

В следующем отрывке Троицкий также анализирует композиции группы с позиции музыкального критика: «Лучше всего тогдашнюю манеру игры ансамбля иллюстрирует композиция «Ошеломленный и смятенный». Обычный блюз на 4/4 доведен здесь до полной неузнаваемости. Тема, играемая в унисон гитарой и бас-гитарой, приобретает неимоверную тяжесть и тягучесть,

оказывая прямо-таки гипнотическое воздействие; гитарные импровизации Пейджа по звучанию напоминают скорее искаженную «пространственную музыку» Дж. Хендрикса или «Пинк Флойд». Другим считающимся теперь классическим номером с первого альбома стала песня «Обрыв связи». Именно ей, а не блюзам суждено было определить дальнейший курс «Цеппелина». В данном случае «пластической операции» подвергся уже рок-н-ролл.

Как видим из примеров, иногда бывает достаточно сложно провести четкую грань между музыкальной критикой и журналистикой. С одной стороны, текст рассчитан на широкую аудиторию и призван развлекать, информировать читателей, но с другой, автор анализирует творчество группы с точки зрения профессионала, дает оценку альбомам и композициям – ведет читателя за собой в мир профессиональной оценки музыки. Что касается «новостных ценностей», видим ту же ситуацию, что и в предыдущих текстах, в связи с чем можем выделить общие черты музыкального контента «Ровесника» – широкая известность героев, невысокая степень воздействия и ординарность, пренебрежение территориальным фактором: материалы рассказывают о территориально далеких событиях.

Журнал «Ровесник» в «перестроечный» период был единственным официальным изданием, активно освещавшим события в мире рок-музыки. Качество материалов было высоким, тексты были написаны профессионалами в музыкальной сфере. Материалы носили преимущественно развлекательный характер, но встречались также элементы аналитики и музыкальной критики. Большая часть публикаций была написана зарубежными журналистами и представляла собой переводные статьи о западных рок-группах.

Но советский рок развивался своим путем, и журнал «Ровесник» не мог удовлетворить запрос публики, желающей видеть информацию об отечественных коллективах, а значит, его контент имел серьезный недостаток. Территориальный фактор имел высокую значимость для читателей, но для официальной печати советский рок как будто не существовал. И это привело к появлению изданий с совсем другим контентом – **самиздата**.

Любительская рок-пресса появилась в СССР практически сразу после возникновения на территории страны собственной рок-сцены. Самиздатовские журналы набирались на печатных машинках и распространялись среди «своих». Средний тираж таких изданий был пять-десять номеров. Но существовали и массовые журналы, тираж которых доходил до нескольких тысяч экземпляров. Например, ленинградский «Рокси», выходивший с 1977 по 1990 год, московский «Урлайт» и возникший после распада предыдущего «Контркультура». Самиздат существовал почти во всех крупных городах советских республик. Официальные издания не писали про отечественную рок-

музыку, и самиздатовские журналы являлись единственным источником информации о советской рок-сцене.

«Самодеятельная журналистика – это тот полигон, на котором вырастают кадры для профессиональных изданий. Профессиональному органу, даже нескольким, никогда не угнаться за быстро меняющейся ситуацией на местах, не уследить за новыми именами в провинции. Сделать это могут лишь журналисты-любители, выпускающие свои самиздатовские журналы. Короче говоря, официальные издания должны стоять на плечах самиздата, питаться живыми соками самодеятельных журналов, привлекать в авторы наиболее способных из местных журналистов», – так писал про самиздат А. Житинский в книге «Путешествие рок-дилетанта» [13].

Авторы таких изданий не являлись профессиональными журналистами. Это были просто любители рок-музыки, не имеющие специального образования и зачастую слабо разбирающиеся в темах, которые они освещали. По способу производства контент таких изданий являлся любительским.

А. Кушнир говорил об этом так: «Что тогда значило быть рок-журналистом? Тогда были очень нечеткие грани. Например, зритель подпадал под мощное обаяние артиста, подходил к нему после концерта, знакомился и через неделю делал квартирник, а через месяц мог стать и журналистом, а мог и сам заиграть» [19].

Весьма показателен следующий диалог из материала «Ничто и конец», опубликованного в первом номере журнала «Контркультура» за 1990 год: «Вдруг – это уже чума какая-то – мусор из кустов. «Молодой человек, что вы здесь делаете?»

Я: Я – журналист. Я аккредитован на этот фестиваль от журнала «Юность» /вру, уволился уже/. Кси... Удостоверение, правда, почему-то не захватил, но там, внутри, в здании у меня паспорт лежит. Я могу вынести его сюда. Или можем вместе сходить посмотреть на него, я покажу. Совершенно ничего преступного со мной не связано. Я – журналист. Журналист.

МЕНТ: Журналист?

Я: Журналист, да, журналист. Рок-критик. Мероприятия такого типа проводятся когда, хожу на них. Работник пера, что называется, ха-ха-ха».

Как видим, автор иронизирует, называя себя «рок-критиком». Часто в подобных материалах содержался конфликт между фанатами и правоохранительными органами, как в приведенной выше цитате, или между поклонниками разных жанров.

Приход в журналистику авторов-любителей не мог не сказаться на качестве контента. Разговорная лексика, активное использование сленга, зачастую даже нецензурные выражения – авторы самиздатовских журналов не

стремились к художественности и публицистичности текстов, в отличие от официальных изданий. Об этом же говорит и А.И. Кушнир в книге «Золотое подполье»: «Околомузыкальный сленг и приемы разговорной речи успешно ложились в основу языка рок-журналистики, альтернативного помпезному академизму официальной прессы. Многие из возникших изданий взамен сухого и насквозь пропитанного штампами языка официальной прессы привнесли в журналистику самобытную жанровую эстетику – от иронично-вежливого или издевательски-глубокомысленного тона статей до тщательно выверенной глобальной мифологизации происходящих перемен» [20].

Рассмотрим подробнее журнал «Контркультура» (рисунок 2.3.2).

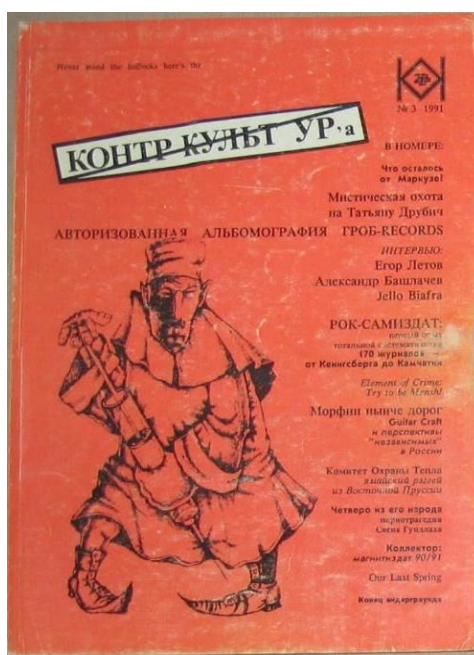


Рисунок 2.3.2 Обложка журнала «Контркультура» (1991)

Его предшественником был «Урлайт», в редакции которого произошел раскол – по идеологическим соображениям ушел его основатель И. Смирнов. В 1989 году журнал прекратил свое существование, но бывшие авторы «Урлайта» решили сделать новое издание «Контркультура».

«Журнал у нас был экспериментальный, мы старательно уходили от традиционных обзорных статей академического плана. Таким образом, идеология пропаганды сибирского панка была эклектично смешана с постмодерном в подаче материала, отсюда эти материалы эротического характера, соседствующие с серьезными интервью с важными для нас героями», – вспоминает автор и редактор «Контркультуры» С. Гурьев [19].

Проанализируем несколько материалов из первого номера журнала. Большая часть публикаций представляет собой репортажи с концертов, как

известных зарубежных исполнителей, так и с выступлений начинающих советских коллективов. Качество контента крайне низкое, о профессиональном освещении мероприятий не идет и речи. Приведем цитаты из материала «Из грязи в князи», рассказывающем о концерте группы Pink Floyd (Приложение А): «Приехали, как известно, без отпавшего Уотерса, с молоденьким волосатым басистом, просто взлетающим от счастья, что играет в «ПФ». Планировались числа с 3 по 7, но концерт 5 был перенесен на 8 – в знак памяти жертв железнодорожной катастрофы под Уфой»; «В партере звук был чумовой. Весь саунд был, впрочем, весьма имперсонален: Мэйсона страховал целый лес барабанов с двумя ударниками, Гилмора – второй гитарист, Райта – соотв., второй клавишник. Всего на сцене фигурировало 9 человек /еще сакс с волосьями/, + три мулатки в красных мини-платьицах и черных чулочках, хором имитирующие незабвенные вокализы Клэр Терри с “Дарк Сайд”».

Как видим, автор не стремится анализировать звучание или давать профессиональную оценку выступлению музыкантов. Он просто описывает происходящее на сцене, для чего вовсе не нужны специальные знания. Но тем не менее, материал соответствует таким новостным ценностям как известность героев, своевременность.

Следующая цитата из материала «Ночь в Одессе» (Приложение А): «Публика – урловая, без тени порядочности, джентльменства. Неумно лезут на сцену. Звук фиговый, свет постоянно вырубается. Действие заканчивается где-то в полчетвертого ночи. Около двух часов человек 100 тусуются под дождем вокруг кинотеатра в ожидании первого троллейбуса».

Характерной чертой журнала является использование обценной лексики и активное употребление сленга, что также говорит о низком качестве материалов.

А описание автором выступлений групп и вовсе представляет собой краткую характеристику с любительской точки зрения «понравилось – не понравилось»: «ПОЛТЕРГЕЙСТ – группа п/у старого обелисковца М. Светлова. Мягко говоря, не очень здорово.

МОСТ – тоже довольно посредственная команда, но хотя бы темпераментная. Звук настолько отвратен, что стиль остается за семью печатями. Позы предполагали тяжелый рок.

НОЧЬ – старые химкинские протезы. Имидж – в ноль снятый КИСС, хотя музыка – своя, довольно спокойная анд мелодичная. Урла прямо на сцене пыталась содрать с гитариста очень крутые драконьи сапоги.

МАФИЯ. Очень скучна. Юра Забелло, впрочем, очумел от местных металлюг, поваливших на сцену табунами. «Надо было их всех сапогом в репу, но больно много их было. Я забоялся», – выдавил он после выступления».

Интересно, что тут тоже присутствует конфликт, но в необычной для таких материалов форме – между музыкантом и публикой. Ценность этого текста в том, что он освещает отечественное мероприятие – рок-шоу в Одессе, и рассказывает про отечественные коллективы, выступавшие на нем. Учитывая, что официальные издания подобные мероприятия игнорировали, такие материалы были эксклюзивными и интересовали читателей, несмотря на их невысокое качество. Как видим, территориальный фактор в таких материалах играл огромную роль.

Как и в «Ровеснике», в «Контркультуре» можно увидеть биографии исполнителей, но опять же – в первую очередь советских и куда более низкого качества. В рассматриваемом нами номере можно увидеть материалы о группах «Вопли Видоплясова», «Дети майора Телятникова» и «Колежский ассессор». Если в «Ровеснике» в подобных материалах встречаются элементы рецензии, то «Контркультура» просто перечисляет наиболее интересные факты из истории групп. В качестве примера приведем отрывок из материала о группе «Вопли Видоплясова» (Приложение А): «“ВВ” появились на обломках хэви-металлической группы «SOS», в которой играли Юра Здоренко /гитара/ и Шура Пипа /бас/. В начале 1987 года к ним присоединился баянист Олег Скрипка. Олег учился на радиотехническом отделении Политехнического института и принимал участие в факультетской художественной самодеятельности. Несколько раз прослушивался в разных группах, однако вокалистом его никто не брал. Так баянист Скрипка попал в «ВВ». На квартире у Здоренко они записали «демонстрейшн тэйп» – «Хай живе «ВВ». В сентябре 1987 г. в группу пришел барабанщик Сергей Сахно и таким составом «вэвэшники» вышли на «Рок-Парад» – первый фестиваль-смотр киевских групп. Лавровый венок и приз «Лучшая группа года города Киева» достались «Воплям Видоплясова». Далее были совместные концерты с московским «Ва-Банком», серия выступлений в рамках сборных рок-клубовских концертов, потом – уход из рок-клуба и создание вместе с «Коллежским Ассессором» и «Работой ХО» творческого объединения “Рок-Артель”». Встречались также и другие жанры, например, большое интервью с музыкантом С. Летовым. Также в журнале публиковались переводные материалы из зарубежных изданий.

Для советских поклонников рок-музыки самиздатовские журналы были единственным источником информации об отечественных коллективах. Зачастую материалы в таких изданиях были весьма низкого качества, в них активно использовалась обценная лексика и сленг, а их авторы не являлись профессиональными журналистами и освещали рок-тематику с любительской позиции. На страницах самиздатовских журналов преобладали материалы развлекательного и информативного характера: репортажи с концертов,

интервью, биографии музыкантов. Но несмотря на низкий уровень публикаций, самиздатовские журналы были весьма востребованы – почти в каждом крупном городе существовало свое нелегальное издание. Таким образом, можно сделать вывод, что любительская рок-пресса являлась значимым явлением в музыкальной журналистике, а ее контент имел специфические особенности – крайне низкое качество текстов в лингвостилистическом смысле, но при этом высокую новостную ценность, так как материалы самиздата рассказывали об отечественных известных группах, территориально близких к читателю. Часто в материалах содержался конфликт.

Специализированные издания, на страницах которых свободно освещалась не только академическая и популярная, но и рок музыка, появились уже в постперестроечный период. И именно в них наиболее ярко проявились черты, характерные для современной музыкальной журналистики. Исходя из этого, можно говорить, что окончательное формирование современной музыкальной журналистики произошло только в 1990-х годах. Подтверждение этому найдем, проанализировав специализированное музыкальное издание, выходившее на территории Беларуси в это время – «Музыкальную газету».

«Музыкальная газета» появилась в Минске осенью 1996 года (рисунок 2.3.2).

Издателем ее был А.В. Кирюшкин. Она стала первой в СНГ еженедельной газетой о музыке. До начала 2000-х в мире было несколько еженедельников такого плана – New Musical Express, Billboard, Melody Maker. И среди них – минская «Музыкальная газета». Газета рассказывала как о западной, так и о белорусской и русской музыке. С 2003 года издание стало писать исключительно о белорусской музыке, а материалы о западных коллективах перекочевали в новый журнал «НОТ-7».

Журналист и критик Олег Климов, который был главным редактором «Музыкальной газеты» до конца ее существования в 2007-м, говорил: «Мы давали возможность высказывать любые точки зрения, любым языком. Он, кстати, был фишкой «МГ» – легкий, современный, иногда выходящий за грань» [14]. Газета публиковала материалы о музыке разных жанров, не концентрируясь на каком-то одном. Такой подход обеспечил популярность изданию: газету читали и поклонники рока, и любители электронной музыки, на страницах издания сосуществовали металл и блюз, рэп и бард-рок, публикации о «Металлике» размещались рядом с текстом о Мадонне, и, несомненно, такое разнообразное содержание номеров привлекало самую широкую публику. По сравнению с самиздатом, пишущем преимущественно об отечественном роке, и «Ровесником», печатающем переводных материалы о зарубежном, контент одного номера «Музыкальной газеты» обладал более

высокой новостной ценностью с точки зрения уровня воздействия. Содержание издания затрагивало интересы не только поклонников одного узкого жанра, а самой широкой аудитории.



Рисунок 2.3.3 Полосы «Музыкальной газеты» (2001)

Рассмотрим материал «Смяротнае вяселле» (№ 2, 1996) (Приложение А). Это репортаж с концерта группы «Ляпис Трубецкой»: «Эмоциональный накал, с которым публика принимала старые и новые хиты, не ослабевал на протяжении всего концерта (который длился почти два часа). Зрители подпевали, танцевали и качались в такт музыке, хлопали в ладоши, топали ногами и кричали: «ВИА Ляпис!» «Ну разве может хоть один сердечный айсберг остановиться перед этим шквалом таких огнедышащих парней?!», – заметил по этому поводу Михалок. И тепло растаявших айсбергов еще больше накаляло атмосферу на сцене. Во время исполнения песни «Евпатория» огнедышащий Сергей так разошелся, что упав в музыкальном экстазе на колени, порвал свои шикарные белые штаны».

Текст очень эмоциональный, ярко описывающий все происходящее на концерте. Такая подача позволяет читателю «увидеть» мероприятие глазами автора, создает «эффект присутствия». Автор не использует сложных музыкальных терминов, язык легкий и понятный. Материал носит скорее развлекательный характер, глубокого анализа творчества группы тут нет, но все же мы видим авторскую оценку определенных композиций: «Ляпис Трубецкой» сейчас в отличной творческой форме. Состав наконец-то

укомплектовался «на все сто». Духовые и скрипки, наряду с традиционным аккордеоном, придают саунду самобытность. Новые песни менее «шлягерны», но зато радуют текстовым разнообразием. Если раньше герои Сергея Михалка только и делали, что веселились и любили друг друга, то в новых вещах («Слепой гусяр», «Про летчика и моряка») любовь жестока, а свадьба («вяселле» – бел.) и вовсе смертельна. Песня о зиме вообще поражает воображение депрессивными настроениями, не свойственными этому задорному коллективу. Впрочем, нашлось место и для откровенного веселья. «Карнаваль», которая исполнялась на польском языке, запомнилась безапелляционным утверждением, что «кукарача – польские буги-вуги». Снова находим подтверждение тому, что репортаж был очень популярным жанром на страницах музыкальных изданий. А приведенный текст соответствует таким новостным ценностям, как известность героев, территориальный фактор, своевременность.

В каждом номере газеты есть краткие рецензии на новые альбомы, что свидетельствует о жанровом разнообразии. Например, в 37 номере за 1998 год можно прочесть про альбом «Охотник и сайгак» белорусской группы «Нейро Дюбель» (Приложение А). Но эти рецензии представляют собой скорее любительскую оценку. Рассмотрим такие цитаты:

1) «Потому, как мне показалось, некоторые песни двух альбомов в музыкальном отношении местами достаточно близки между собой. Сделано ли это специально или так получилось, не знаю»;

2) «Альбом достойный, он понравился мне гораздо больше, чем “Самоубийство”»;

Автор не проводит структурированный анализ музыкального произведения, он просто делится с нами своим субъективным мнением. Он любитель в сфере музыки и не имеет достаточных знаний на эту тему, поэтому дает оценку с точки зрения «понравилось – не понравилось», о чем говорят фразы-маркеры «как мне показалось», «понравился», «сделано ли это специально или так получилось, не знаю».

Это еще раз подтверждает наш вывод о том, что в музыкальную журналистику приходят непрофессионалы и авторы материалов зачастую весьма поверхностно разбираются в теме, на которую они пишут.

Часто на страницах «Музыкальной газеты» появляются интервью с известными музыкантами. Они носят развлекательный характер и основная их цель – позабавить публику, не перегружая сложными терминами и глубоким анализом творчества музыкантов. В качестве примера рассмотрим интервью с группой «Пикник», опубликованное в № 3 за 1998 год.

Автор расспрашивает музыкантов о туре, задавая достаточно общие вопросы, как проходит тур, не устала ли группа, как принимает публика. По-настоящему оригинальных вопросов, которые касались бы творчества группы, нет. Видимо, автор не счел нужным предварительно ознакомиться с историей группы, поэтому задавал стандартные вопросы, которые подошли бы абсолютно для любого коллектива, что еще раз говорит о непрофессионализме. Автор пренебрегает принципом «неординарность», что снижает ценность текста. Журналист стремится сделать материал более интересным для аудитории, спрашивая следующее: «А забавное что-то было?». Чуть ниже читаем еще один подобный вопрос: «Чем-нибудь еще из баек Пикника угостите?».

Такие вопросы придают тексту развлекательный характер, что также характерно для современной музыкальной журналистики.

Таким образом, контент «Музыкальной газеты» был рассчитан на массового читателя, о чем свидетельствует разнообразие музыкальных жанров, о которых писала газета, и язык материалов – легкий и доступный, не перегруженный сложными музыкальными терминами, но, в отличие от самиздатовских журналов, все-таки публицистичный и без обценной лексики. Отметим, что «Музыкальная газета» совместила в себе достоинства «Ровесника» и самиздатовских журналов: газета освещала не только зарубежные новости из мира музыки, но и писала о русских и белорусских коллективах, причем тексты издания были куда более качественными в лингвостилистическом плане, чем материалы самиздата. Основные жанры, которые наиболее часто встречались на страницах газеты – репортаж, интервью. Часто газета публиковала биографии известных музыкантов и небольшие рецензии на новые альбомы. Общие «новостные ценности», которые были присущи материалам «Музыкальной газеты» – известность героев, своевременность, территориальный фактор, более высокий уровень воздействия, по сравнению с контентом изданий, рассмотренных нами ранее.

Выводы:

1. Таким образом, массовая музыкальная журналистика начала формироваться в 60-е годы XX века, окончательно отделившись от музыковедения и музыкальной критики.
2. Контент музыкальных медиа претерпел изменения и приобрел следующие жанрово-тематические особенности: преобладающим жанром музыкальных текстов стали репортаж и интервью, а общими для таких материалов новостными ценностями стали известность героев, своевременность и невысокий уровень воздействия.

ГЛАВА 3

ТЕКСТ О МУЗЫКЕ: УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ КОНТЕНТА

3.1 Критерии оценки и повышение качества журналистского текста

Журналистский текст в любом проявлении обладает многокачественными характерными признаками, и в этом плане он может быть соответствующим образом оценен. Так, можно установить, насколько высок уровень исполнения материала и какие критерии подходят для этого.

Для поиска путей повышения качества информации необходимо сначала сформулировать понятие качества и выявить критерии его оценки.

Этимология слова «качество» базируется на словах «как», «какой». Это существенно, поскольку понятие «качество» имеет два значения. Первое значение, наиболее распространенное в справочной литературе, определяется комплексом характеристик, выделяющих один объект из множества. Выделяются две группы характеристик: объективные (отражают форму, цвет и др. материальные параметры существования объекта) и субъективные, те которые даны нам в ощущении. Философы обращают внимание на определение качества как «фиксируемую созерцанием определенность предмета».

Философско-категориальное определение, трактующее субъективность восприятия качества, не является негативным фактором и дает нам возможность предположительно устанавливать степень качества в связи с характером субъектно-объектных отношений, возникающих в определенный период.

Прикладной уровень определения качества продукции, связанный с социально-экономическими отношениями, выражается «совокупностью свойств продукции, обуславливающих ее способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением» [40].

Для установления степени качества продукта ученые предлагают рассматривать комплекс не только потребительских, но и технологических свойств продукта, конструкторско-художественные особенности, надежность, долговечность, уровни стандартизации и др. Несомненно, что к определению качества информационного продукта необходимо обращаться в двух аспектах: содержательном, где основную нагрузку несет смысл, знание, представленное в

продукте, и материально-техническом, отражающем параметры физического состояния информационного продукта [40].

В первой главе мы выяснили, что существуют различные направления определения качества контента и его характеристик – правовое, этико-политическое, психологическое, лингвостилистическое, художественное, менеджмент-маркетинговое, экономическое, структурно-композиционное и графические. Рассмотрим, какие критерии оценки качества выделяют исследователи.

Н.А. Иващенко выделяет пять уровней рассмотрения качества, совокупность которых «позволяет создать комплексный взгляд на качество в журналистике и оценивать степень качественности издания и его текстов» – качество материальной составляющей; качество передачи материальной формой содержания (дизайна), качество вербального текста, его смысла, содержания, языковой и жанровой форм, качество воздействия, оказываемого материалами на аудиторию и общество, качество управленческой деятельности, влияющей на качество всех уровней и обеспечивающей конкурентоспособность издания.

На основании собственного исследования Н.А. Иващенко приводит следующие наиболее значимые критерии качества журналистского текста: достоверность информации, грамотный язык, литературный стиль, объективность материалов, уважение к читателям, актуальность, ненавязывание своего мнения, независимость, нравственные установки редакции [15].

Б.Я. Мисонжников в сборнике «Основы творческой деятельности журналиста» ссылается на немецкого исследователя периодической Г. Рагера, который, отмечая большую методологическую сложность определения качественных параметров журналистского текста, предложил основными считать следующие его признаки:

- 1) объективность,
- 2) форму подачи материала,
- 3) актуальность,
- 4) релевантность (то есть соответствие между информационными запросами аудитории и полученным ею сообщением) [20, с. 64].

Как видим, исследователи выделяют преимущественно критерии лингвостилистического направления, которые касаются содержания и языковой формы текста. Но и у Н.А. Иващенко и у Г. Рагера видим пункт «форма подачи материала», который позволяет анализировать качество в структурно-композиционном направлении. Часто мнение аудитории о качестве журналистских материалов формируется не только на основе содержания, а еще и на основе формы, на основании не того, о чем написано, а на основании

того, как написано: как построен текст, насколько удачно представлены его структурные элементы (например, лид, заголовок и пр.), насколько известен автор того или иного материала. И в случае, например, неудачной композиции текста либо использования плохого заголовка читатель может просто не начать читать материал – не говоря уже о том, чтобы оценивать объективность его автора.

Говоря о форме подачи материала, вспомним важное качество текстов СМИ – медийность. А авторы учебного пособия «Современный медиатекст», пишут следующее: «Медиатекст жестко детерминирован каналом коммуникации. Каждое средство массовой информации характеризуется особым набором медийных признаков, которые оказывают существенное влияние на лингвоформатные свойства текста. Так, печатные СМИ предполагают графическое (шрифтовое) оформление и иллюстрации, сопровождающие вербальный текст» [40].

В первой главе мы определили, что одно из направлений, в котором рассматривается качество контента – графическое. Таким образом, при анализе качества журналистских текстов стоит обращать внимание также на иллюстрации, сопровождающие вербальный текст.

На основе исследований ученых мы выработали два аспекта, по которым будем оценивать качество журналистских текстов: содержательный и структурный.

Содержательный аспект включает в себя следующие критерии: использование качественных источников, актуальность, полнота информации, релевантность, объективность. К *структурному* аспекту отнесем интересный заголовочный комплекс (заголовок и лид), иллюстрации и их качество.

Чтобы выявить возможные пути улучшения качества журналистских текстов, для начала необходимо рассмотреть некоторые процессы, происходящие сегодня в медиасфере. Функционирование СМИ, и следовательно, развитие языка СМИ, во многом определяется технологическим прогрессом. В основе происходящих в последние десятилетия изменений лежат два близких по своей природе процесса, взаимосвязь которых можно было бы представить как причинно-следственную.

Первый процесс носит название «дигитализация» (от англоязычного термина *digitalisation*), обозначая перевод содержания СМИ во всех его формах – текстовой, графической, звуковой – в цифровой формат. Цифровой формат нивелирует ряд факторов, ограничивавших сферу воздействия СМИ.

Это такие барьеры, как время, необходимое для публикации, соответствующие финансовые издержки, географические границы распространения газет и некоторые другие, которые могут быть преодолены с

помощью новых информационно-коммуникационных технологий. Сглаживается и часть ограничений, присущих СМИ как дистанционной коммуникации, где общающиеся социальные субъекты разделены пространством и временем. Синхронизация подачи информации во всем мире достигается за счет размещения информации газет, радио или телевидения на Интернет-сайтах, а эффект присутствия усиливается с помощью технологий, позволяющих вести трансляцию или передачу информации с места события [27].

Второй процесс – процесс интеграции, сближения различных технологий, их объединение в единую технологическую платформу – получил название конвергенции. Конвергенция (от лат. *convergo* – приближаюсь, схожусь) – термин, уже давно принятый в биологии, языкознании, этнографии для обозначения аналогичных процессов схождения, взаимоуподобления, и перенесенный в сферу общественно-политических наук [3]. Процесс конвергенции является общим свойством современного информационного общества, в рамках которого происходит повышение взаимозависимости различных элементов системы в целом. Важнейшим следствием процесса конвергенции становится изменение характера самого информационного продукта. Текстовые, графические, звуковые и видеоиллюстрации интегрируются в единый информационный продукт, создавая новую информационную среду, которую принято обозначать термином «мультимедиа».

Трансформация традиционных СМИ, их интеграция в Интернет привели в начале XXI века к созданию единого информационного пространства, к особой виртуальной среде, образованной совокупностью медиапотоков. Происходит процесс демократизации медиадискурса, связанный с расширением среды социального диалога. Новые информационные ресурсы – интернет-СМИ, блогосфера, социальные сети – способствуют увеличению объема текстов, которые рассматриваются исследователями как особая сфера функционирования языка, обладающего уникальными характеристиками, речевыми и стилевыми особенностями. Эти медиатексты, созданные в различных средах, становятся новой формой существования языка. Они оказывают влияние на культуру речи, ее литературные нормы, сферу коммуникации в целом. «Переход на цифру», то есть дигитализация, и конвергенция СМИ – слияние технологий и различных видов медиа – влияют на работу журналистов, на творческий процесс создания текстов, особенно в условиях конвергентной редакции. Сегодня можно говорить о том, что почти все типы печатных СМИ имеют интернет-версии. Интернет-версии отражают контент печатного издания, воплощают смелые творческие и изобразительные

решения, предлагают дополнительные услуги читателям и рекламодателям. В них реализуются коммерческие и социальные проекты.

В интернет-версиях могут проявляться уникальные свойства интернет-СМИ, обусловленные технологическими возможностями сети. К ним относятся: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность.

«По сути, хорошо сделанная электронная версия издания – это отдельное СМИ под известным брендом. Потому как выложить информацию в Интернет – значит кардинально изменить ее структуру. Сделать ее максимально интерактивной. Дать ей новые средства взаимодействия с читателями. В общем, веб-проект средства массовой информации есть суть самостоятельное издание», – пишет А.А. Градюшко в статье «Печатные СМИ в Интернете: модификация информационного производства» [7].

Таким образом, выделим возможные пути совершенствования журналистских текстов.

Во-первых, необходима тщательная работа со структурным аспектом текста при подготовке публикации. Заголовочные комплексы должны быть информативны и привлекательны для читателя, способны мотивировать его к прочтению текста. Фотографии, сопровождающие материалы, должны тематически соответствовать содержанию публикаций, иметь короткие подписи, объясняющие суть происходящего на фото.

Во-вторых, если структурная часть материала качественная и заинтересовала читателя, дальнейшая цель журналиста – поддерживать интерес аудитории и формировать доверие к изданию, чтобы и в дальнейшем реализовывать свою продукцию. Этого можно достичь с помощью совершенствованию содержательной части текстов, к которой относятся использование качественных источников, актуальность, полнота информации, релевантность и объективность.

В-третьих, в условиях дигитализации и конвергенции, СМИ необходимо использовать весь потенциал новых технологий: совершенствовать Интернет-версии изданий, адаптировать материалы под цифровой формат, активно использовать гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность.

3.2 Анализ качества музыкальных медиатекстов современных белорусских СМИ

Проанализируем, насколько публикации белорусских СМИ соответствуют выделенным нами критериям. Для анализа возьмем

журналистские тексты музыкальной тематики газет «Літаратура і мастацтва» и «Культура». Рассмотрим публикацию «Рыгор Сурус: сакрэт кампазітарскага поспеху ў прафесіяналізме», (ЛіМ, 9 марта 2017) (Приложение А).

Начнем со структурного аспекта и для начала обратим внимание на заголовок. В заголовке указывается имя героя публикации и сфера его деятельности – композитор. Таким образом, прочитав заголовок, читатель сразу понимает, о чем пойдет речь в материале. В условиях отсутствия времени современный человек редко читает газету от начала и до конца, чаще всего он выбирает то, что ему интересно, руководствуясь названиями публикаций и их подзаголовками. Заголовок газеты, как правило, должен быть лаконичен и одновременно содержать главную мысль статьи, а также привлекать внимание читателя к публикации, заинтересовывать его и заставлять прочитать текст до конца. Очевидно, что такой заголовок можно назвать качественным, так как он сразу дает читателю необходимую информацию о том что содержится в тексте. К тому же заголовок привлекает читателя: прочитав про «секрет успеха», вероятнее всего, человек захочет узнать, в чем именно он заключается, и ознакомится с материалом целиком.

Лид в публикации отсутствует. На фотографии, сопровождающей материал, изображен сам композитор Григорий Сурус. Под фотографией есть подпись. Тематически фотография соответствует содержанию материала. Можно сделать вывод, что структурные критерии качественного материала соблюдены.

Перейдем к содержательному аспекту.

Первый критерий: использование качественных источников. В своем материале Вера Гудей-Каштальян не ссылается ни на какие источники. Текст представляет собой биографию композитора, но из него непонятно, откуда получена информация – из беседы с самим композитором или из открытых источников? Читателю данного материала приходится полагаться только на добросовестность журналиста.

Текст опубликован в связи с 75-летием композитора, материал является актуальным. Для читателя, который ранее не был знаком с творчеством композитора, публикация дает достаточное количество информации, чтобы сформировать представление о фигуре Георгия Суруса, таким образом, критерий «полнота информации» соблюден. Что касается релевантности, целевая аудитория газеты – люди, интересующиеся искусством, таким образом, материал о композиторе попадает в сферу их интересов. В тексте автор в основном использует факты. Личностного отношения – критики или, наоборот, неумеренного восхваления нет. Например, о творческих успехах композитора журналистка пишет так: «Заявіў пра сябе кампазітар і ў сімфанічных творах для

вялікага і камернага аркестраў, як аўтар сімфоніі, канцэрта для скрыпкі з аркестрам, сімфаніеты, танцавальнай сюіты «Дружба». Шырокую папулярнасць набылі шматлікія эстрадна-сімфанічныя кампазіцыі «Вячэрні рытм», «Лірычны экспромт», «Восеньскі нахцюрн», «Успамін», «Бэзавы сад». А «Святочны вальс», які ўпершыню прагучаў на беларускім радыё сорак гадоў таму, стаў візітоўкай Рыгора Суруса».

Как видим, автор просто рассказывает о значимых произведениях композитора, не пытаясь повлиять на мнение читателя о них. Таким образом, текст объективен. Проанализировав данный материал, можно сделать вывод, что большинство критериев, которые мы выделили, соблюдены. Однако в тексте не указаны источники информации, что существенно снижает доверие аудитории к материалу, поэтому назвать материал качественным в полной мере мы не можем.

Следующий журналистский текст, который мы взяли для анализа, называется «Наш космас» (ЛіМ, 10 марта 2017) (Приложение А). Заголовок абстрактный, и первая мысль, которая наверняка придет в голову читателю – что речь пойдет действительно о космосе. Но в тексте автор рассказывает про музыкальный проект белорусской песни «Пеўны сход», таким образом, заголовок не раскрывает тему материала. «Наш космас» – это цитата героя публикации, так он называет белорусскую песню: «Сяргей мяркуе, што склаўся стэрэатып, што там сумна і несучасна: «Народная песня стала штампам для моладзі. Я сам выступаю ў школах, знаёмлю дзяцей з традыцыйнай культурай, таму ведаю гэта дакладна. Ды і традыцыйныя спевы сёння пачалі выводзіць на сцэну, зрабіўшы іх нейкай забавай. У нашай песні шмат жанраў, шмат настрояў – гэта філасофія і глыбіня, наш беларускі космас».

К использованию цитат в качестве заголовков следует подходить крайне осторожно. Только в интервью и портретах подобные заголовки однозначно считаются уместными. Во всех остальных случаях следует иметь в виду, что фраза, сказанная персонажем статьи, практически всегда отразит смысл материала гораздо хуже, чем это мог бы сделать сам журналист. И цитатный заголовок будет свидетельствовать лишь о том, что автор материала или редактор не потрудились придумать собственный и просто взяли показавшуюся им наиболее яркой фразу персонажа.

Заголовок-цитата часто встречается в печатных СМИ, но в первой главе мы говорили о том, что потребитель журналистских текстов – это в первую очередь читатель. И именно от него зависит рост прибыли издания от реализации продукции. Журналист, работая над своим материалом, должен учитывать интересы читателя и корректировать подачу материала в соответствии с его запросами. В условиях постоянного дефицита времени,

читатель часто выбирает тот или иной материал для чтения именно по заголовку. Цель журналиста в данном случае – сделать заголовок максимально привлекательным и «говорящим». Подзаголовок дает больше информации: «Народная песня як тэрапія», но снова является цитатой из материала. К тому же обратим внимание на расположение заголовка – он заверстан в верхнем правом углу, что делает его практически незаметным. Читатель, обратив внимание на заголовок, который расположен слева над лидом и текстом, скорее всего, просто не заметит подзаголовок. Таким образом, ориентируясь на читателя, редактор мог бы убрать подзаголовок и сделать заголовок более информативным, немного его доработав. Например, добавив больше информации: «Беларуская песня – наш космас».

Лид выглядит следующим образом: «Нават у сучасным свеце песня ідзе побач з чалавекам. Нягледзячы на ўзрост і нацыянальнасць, мы з трымценнем ставімся да музыкі, надаем ёй сімвалічнасць і звязваем з пэўнымі перыядамі жыцця. Сёння ў слухача ёсць магчымасць выбіраць віды і жанры музыкі, але народная песня вылучаецца з гэтай разнастайнасці і мае неверагодна моцнае ўздзеянне на свядомасць. Вось чаму гэтая традыцыя зараз вяртаецца».

Из лида становится понятно, что текст рассказывает о белорусской музыке. Но если мы внимательно прочитаем материал, то поймем, что предмет разговора вовсе не народная песня, а история развития проекта «Пеўны сход», о котором в лиде не сказано ни слова. Таким образом, заголовочный комплекс данного материала требует доработки.

Следующий критерий, который мы взяли для анализа – фото. На фотографии, иллюстрирующей материал, изображены девушки в белорусской национальной одежде, вышивающие ручники. Национальная одежда и ручники отсылают нас к белорусским традициям, но иллюстрация абсолютно не отражает тему статьи: на ней нет ни микрофонов, ни музыкальных инструментов – ничего не показывает, что в тексте говорится о музыкальном проекте. Читатель, увидев подобную фотографию, вряд ли догадается, что этот материал о музыке. Таким образом, текст и изображение не связаны тематически, что не позволяет нам назвать материал качественным.

Перейдем к содержательному аспекту. При подготовке материала журналистка общалась с автором проекта Сергеем Долгушем и приводит в тексте его цитаты: «Аўтар праекта лічыць, што менавіта аўтэнтычнымі спевамі, адметнымі каранямі і мовай беларусы могуць быць цікавыя ў іншых дзяржавах. І нам ёсць, чым пахваліцца, дадае Сяргей Доўгушаў: «Я думаю, калі б быў календар з беларускімі народнымі песнямі, то іх хапіла б яшчэ на гадоў 200. Тыя ж самыя веснавыя песні, калі спяваць іх раз на год, будуць кожны раз рознымі. Бо нават у адной вёсцы знойдзецца каля 50 вясновых песень».

Рассказывая о следующем мероприятии проекта, журналистка ссылается на организаторов: «Наступны «Спеўны сход» адбудзецца 2 красавіка: будуць сустрэкаць вясну. Арганізатары абяцаюць не толькі вакалатэрапію, але і адукацыйныя выгоды з пазнакай: «граматыка» і «госць». Пад выглядам граматыкі ўдзельнікі будуць выконваць практыкаванні па паляпшэнні голасу і пастаноўцы дыхання, а ад госця атрымаюць майстар-клас».

Это делает материал более достоверным и повышает уровень доверия читателей к тексту.

Текст опубликован за две недели до следующего мероприятия проекта, заранее знакомит читателей с «Пеўным сходам» и дает им возможность посетить концерт лично. Публикация не только рассказывает про историю проекта, но и выступает в роли анонса будущего мероприятия. Таким образом, текст является актуальным. Что касается полноты информации, то этот критерий полностью соблюден. Журналист знакомит читателей с историей проекта, рассказывает о главной идее и целях, говорит об организаторах и участниках.

В последние годы растет интерес белорусов к национальным традициям: белорусский орнамент стал модным элементом повседневной одежды, люди активно используют белорусский язык каждый день, и на республиканском уровне отмечаются такие праздники, как «День вышиванки». На волне подобного внимания к национальной культуре, материал о белорусской народной песне определенно будет отвечать интересу читателя к данной теме. Делаем вывод, что материал является релевантным. Критерий «объективность» тоже соблюден: журналистка оперирует фактами, не давая им личную оценку, информацию подкрепляет цитатами эксперта – организатора проекта. Автор информирует читателя, но не стремится повлиять на его точку зрения.

Перейдем к следующему тексту – «Вялікае вяртанне» от 17 февраля 2017 года (Приложение А). Из заголовка непонятно, о чем будет материал. Лид отсутствует, однако основная информация подается в первом предложении: «Бах, Вайнберг і класічныя джазавыя стандарты для аркестра – у адным канцэрце. «Ад Баха да джаза» Дзяржаўнага камернага аркестра Рэспублікі Беларусь – чарговая нагода пачуць не толькі вядомую класіку, але і дакрануцца да мастацтва джаза і нібыта апынуцца ў Нью-Ёрку».

Становится понятно: речь пойдет о концерте, музыка, которую там будут исполнять – джаз и классика, исполняет – Государственный камерный оркестр Республики Беларусь. Иллюстрация отсутствует. Проанализировав структурный аспект, скажем о том, что заголовок текста малопривлекателен и требует доработки, отсутствие лида негативно сказывается на качестве материала. Первое предложение можно было бы выделить как лид, и тогда он

был бы информативен и смог бы заинтересовать читателя. Перейдем к содержательному аспекту.

Источники информации в тексте не указываются. Что касается актуальности, материал представляет собой анонс и опубликован в преддверии концерта, таким образом, текст является актуальным.

В тексте автор отвечает на основные вопросы «что?», «где?», «когда?» («22 лютага ў Беларускай дзяржаўнай філармоніі можна будзе пачуць тыя творы Баха і Вайнберга, якія абавязкова прымусяць задумацца пра «вечнае», паразважаць пра жыццёвыя перыпетыі, даведацца пра музычныя традыцыі Польшчы, Ізраіля, Румыніі, Малдовы, Аўстрыі, Германіі»), рассказывает про исполнителей («Пачатак вечара пройдзе пад знакам клавесіна: выбітная расійская клавесіністка, выканаўца старадаўняй музыкі Вольга Мартынава пазнаёміць публіку з творамі розных эпох»), и перечисляет произведения, которые прозвучат на концерте («Падчас мерапрыемства таксама прагучаць Канцэрт для клавесіна з аркестрам Баха і Сімфонія № 7 для струннага аркестра і клавесіна Вайнберга»). Как видим, текст отвечает критерию «полнота информации».

Сегодня интерес белорусов к классической и джазовой музыке стремительно растет – об этом могут свидетельствовать ставшие уже традиционными летние фестивали «Джазовые вечера у Ратуши» и «Классика у Ратуши», которые с каждым годом приковывают к себе все больше внимания. Как видим, спрос на джазовую и классическую музыку есть, а значит, материал на эту тему будет пользоваться интересом читателей, из чего делаем вывод, что материал релевантный.

В тексте журналистка дает нам всю необходимую информацию о концерте, но при этом у материала нейтральная эмоциональная окраска – автор не навязывает свою мысль и не призывает всех и каждого посетить мероприятие. Информация подается объективно.

Следующий журналистский текст, который мы рассмотрим – «Гармонія працы», опубликованн в газете «Літаратура і мастацтва» 17 февраля 2017 года (Приложение А). Заголовок, как и в предыдущем материале, достаточно абстрактный и малоинформативный. Рассмотрим лид: «Многія музыканты гавораць, што любяць музыку, распавядаюць пра тое, як моцна. І толькі некаторыя ў гэтай любові прызнаюцца. Міхаіл Фінберг, які, дарэчы, святкуе ў лютым юбілей, кажа, што музыка – яго адзіная любоў».

Лид короткий, но качественный: мы понимаем, что материал опубликован к юбилею Михаила Финберга и, учитывая заголовок, скорее всего речь пойдет о его творческой биографии.

На фото, иллюстрирующем материал, изображен сам Михаил Финберг на сцене, изображение качественное и тематически соответствует тексту, однако подписи под ним нет. Как и в первом рассмотренном нами материале, журналист не указывает никаких источников и непонятно, откуда была получена информация – из беседы с дирижером или из открытых источников, что снижает уровень доверия к тексту. Материал опубликован накануне юбилея Михаила Финберга, поэтому является актуальным.

В тексте автор рассказывает про биографию дирижера, упоминает его значимые проекты, знакомит читателей с фестивалями, над которыми работал Михаил Финберг и перечисляет его достижения. Даже человек, ранее не слышавший о Финберге, видит в материале достаточное количество информации, чтобы получить представление о фигуре дирижера. Текст полностью отвечает критерию «полнота информации».

Что касается релевантности, этот материал соответствует интересам не широкой аудитории, а круга людей, следящих за творчеством Михаила Финберга. Текст опубликован не столько в ответ на запрос публики, сколько из формальной необходимости написать о значимой персоне в честь ее юбилея. Материал не релевантен.

Перейдем к критерию «объективность». Обратим внимания на следующие фразы, которые использует журналист: «лічыцца карыфеем беларускай эстраднай музыкі», «імя Фінберга стала сімвалам беларускай папулярнай музыкі», «маэстра жывога гуку», «узнагароды і званні, якімі ўганараваны Фінберг, можна пералічваць бясконца». Эти высказывания содержат штампы, и такое неумеренное восхищение формирует однозначно положительный образ дирижера в глазах читателя. Автор не просто перечисляет факты из биографии дирижера, но и влияет на мнение читателя о них, употребляя подобные фразы. Из этого замечаем, что материал нельзя назвать объективным.

Перейдем к анализу журналистских текстов газеты «Культура».

Рассмотрим материал «І наша гісторыя», опубликованный 22 апреля 2017 года (Приложение А). В тексте говорится о группе Naviband, которая представляла Беларусь на конкурсе «Евровидение». В заголовке автор обыгрывает название песни группы «Гісторыя майго жыцця». Так как песня широко известна и часто транслируется по радио и телеканалам, отсылка к группе в заголовке сразу угадывается. Но если читатель не знаком с творчеством группы, то разобраться, о чем будет идти речь в материале, ему поможет лид, который отвечает на основные вопросы «что?», «где?», «когда?»:

«Сёння ў Палацы прафсаюзаў Naviband у апошні перад «Еўрабачаннем» раз прадэманструе айчынным глядачам сваю рашучасць і талент. Менавіта гэты дуэт праз некалькі тыдняў, упэўнены, заявіць пра сябе і пра краіну».

На фото изображены участники группы. На одежде музыкантов есть элементы национального орнамента, они показывают буклеты и значки, а перед ними стоят микрофоны с логотипами белорусских СМИ. В тексте автор пишет: «На прэс-канферэнцыі ў Белтэлерадыёкампаніі, прысвечанай падрыхтоўцы да міжнароднага конкурсу ў Кіеве, Арцём Лук'яненка і Ксенія Жук падкрэслілі, што імкнуцца раскрыць вобраз Беларусі <...> Музыканты будуць дарыць усім удзельнікам імпрэзы стужкі з нацыянальным арнамантам, якія можна будзе павязаць на руку. Акрамя гэтага, арнамантам аздобілі усю прома-прадукцыю Naviband: значкі, гальштукі, буклеты ды праспекты».

Таким образом, фото не только тематически соответствует материалу, но и ярко иллюстрирует то, о чем говорится в тексте, подтверждая слова автора.

Перейдем к содержательному аспекту и проанализируем, какие источники использовал автор при подготовке материала.

В тексте читаем: «На прэс-канферэнцыі ў Белтэлерадыёкампаніі, прысвечанай падрыхтоўцы да міжнароднага конкурсу ў Кіеве, Арцем Лук'яненка і Ксенія Жук падкрэслілі...»

Материал написан на основе информации, полученной на пресс-конференции. Как видим, автор использует качественные источники, которым можно доверять. Материал актуален, так как не только информирует читателей о подготовке к конкурсу «Евровидение», но и одновременно анонсирует последний перед отъездом в Киев концерт группы в Беларуси, о чем читаем в лиде: «Сёння ў Палацы прафсаюзаў Naviband у апошні перад «Еўрабачаннем» раз прадэманструе айчынным глядачам сваю рашучасць і талент».

Текст отвечает критерию «полнота информации», так как содержит всю необходимую информацию, чтобы познакомить с группой даже тех читателей, которые ранее не слышали о Naviband. Материал релевантен, так как музыкальный конкурс «Евровидение» – громкое событие международного масштаба и неизменно вызывает огромный интерес у аудитории. В изложении материала автор руководствуется фактами и рассказывает о группе непредвзято, избегая оценочных суждений и не пытаясь навязать свое мнение читателям.

Следующий материал – «Бітва...» удался!», опубликованный 1 апреля 2017 года (Приложение А). Подзаголовок текста – «Наш калектыў у спарынг у аркестраў у Кіеве». Восклицание в названии побуждает читателя продолжить чтение. Подзаголовок объясняет, что за «битву» имел в виду автор и о чем будет текст. Лид продолжает раскрывать тему статьи: «Як сцвярджаюць

стваральнікі “Бітвы аркестраў”, аналага гэтаму музычнаму спаборніцкаму шоу ў свеце няма. Свой пачатак яно бярэ з вясны 2015 года, і з таго часу ў розных гарадах Украіны перыядычна на канцэртных пляцоўках сыходзяцца ў творчым баі лепшыя мясцовыя калектывы, замежныя госці. Нядаўна ў якасці ўдзельнікаў праекта ўпершыню апынуліся і айчыныя выканаўцы...»

Заголовочный комплекс качественный, отражает тему статьи и побуждает читателя к дальнейшему чтению.

В качестве иллюстраций автор использует несколько фотографий, на которых показываются яркие моменты музыкального конкурса. В отличие от рассмотренных нами ранее публикаций, под каждым фото есть подпись, например, под изображением двух мужчин читаем следующее: «Міхаіл Казінец у адным з вобразаў да шоу з украінскім калегам Віктарам Гуцалам».

Подпись под фотографией барабанщика сообщает читателям имя музыканта: «Здзіўляе Сяргей Шаптуноў». Такие надписи под фото призваны заинтересовать читателя на прочтение самого текста.

Проанализируем источники информации. В тексте автор ссылается на организаторов конкурса: «Як сцвярджаюць стваральнікі “Бітвы аркестраў”, аналага гэтаму музычнаму спаборніцкаму шоу ў свеце няма».

Также журналист беседует с руководителем участвовавшего в конкурсе оркестра: «Пра тое, як усё было, “К” распавёў мастацкі кіраўнік і галоўны дырыжор аркестра імя Жыновіча, народны артыст Беларусі, прафесар Міхаіл Казінец».

Кроме того, автор берет комментарий у эксперта в данной области: «Юлія Сімяонава пра шоу: “Абодва калектывы паказалі сябе вельмі годна. Я прагаласавала за беларускі аркестр...”»

Таким образом, читатель получает информацию «из первых рук».

Материал актуален, так как вышел сразу после конкурса и в тексте автор подводит итоги музыкального состязания. Текст отвечает критерию «полнота информации»: журналист рассказывает про историю конкурса, пишет о нынешней ситуации, знакомит читателей с условиями состязания и участниками, а также беседует с одним из них. Тема освещается с разных сторон и дает всю необходимую информацию.

Текст размещен в газете о культуре, поэтому наверняка материалы подобной тематики входят в круг интересов целевой аудитории данного СМИ, но следует заметить, что материал менее релевантный по сравнению с другими рассмотренными нами публикациями. Автор излагает информацию непредвзято, материал объективен.

Рассмотрим публикацию «А хор жыве ў ёй!..» от 25 марта 2017 года (Приложение А). Как и в предыдущем материале, заголовок эмоционален –

автор ставит в конце восклицательный знак, привлекая внимание читателей. Он образный и из него мы понимаем, что речь пойдет о женщине, связанной с хором, но конкретное имя не раскрывается, в результате чего читатель может не заинтересоваться и пропустить материал. Обратим внимание на лид: «У Беларускай дзяржаўнай філармоніі 20 сакавіка прагучаў урачысты канцэрт, прысвечаны юбілею народнай артысткі Беларусі, галоўнага дырыжора і кіраўніка Дзяржаўнай акадэмічнай харавай капэлы імя Рыгора Шырмы Людмілы Яфімавай».

В отличие от заголовка, лид лаконичный и информативный: он коротко и полно раскрывает тему материала. Таким образом, заголовочный комплекс привлекает читателя за счет эмоционального заголовка и информативного лида.

Фотографии, как и в предыдущем материале, имеют подписи. Под портретом женщины пояснение: «Людміла Яфімава». Под фотографией мужчины у микрофона на фоне хора читаем: «Барыс Святлоў зачытвае віншаванне Прэзідэнта». Изображения тематически связаны с материалом.

В тексте журналист рассказывает о концерте в честь юбилея Людмилы Ефимовой и, кроме освещения программы мероприятия, знакомит читателей с творческим путем народной артистки. Автор приводит цитаты Ефимовой, из чего становится понятно, что основной источник информации – сама народная артистка. Таким образом, читатель получает сведения о жизни артистки «из первых рук».

Публикация подготовлена в честь юбилея Людмилы Ефимовой, поэтому является актуальной. Неподготовленному читателю текст дает достаточное количество сведений, чтобы получить представление о Людмиле Ефимовой и ее творчестве, таким образом, пункт «полнота информации» выполнен.

Как и материал о Михаиле Финберге, текст соответствует интересам не широкой аудитории, а круга людей, следящих за творчеством конкретного человека. Текст опубликован не столько в ответ на интерес публики, сколько из формальной необходимости написать о значимой персоне в честь ее юбилея. Материал не релевантен.

Мы проанализировали качество журналистских текстов газет «Культура» и «Літаратура і мастацтва» и разработали ряд рекомендации по их совершенствованию.

Как свидетельствуют проанализированные нами материалы, «ЛіМ» отдает предпочтение образным, абстрактным заголовкам, исходя из которых, довольно трудно определить, о чем пойдет речь в материале. Лиды можно назвать качественными, но они присутствуют не во всех материалах. В современных условиях постоянной нехватки времени, читатель часто принимает решение, стоит ли ему читать тот или иной текст, именно по

заголовку и лиду, таким образом, делаем вывод, что для повышения качества контента (в данном случае – журналистских текстов) в целях привлечения аудитории, газете ЛіМ необходимо работать над заголовочными комплексами.

Фото преимущественно качественные и тематически соответствуют текстам, но иногда встречаются изображения, не имеющие никакой связи с содержанием материалов, например, как в публикации «Наш космос». Существенный минус редакционного менеджмента – под фотографиями нет подписей, которые бы объясняли, что там изображено. Часто это становится понятным после прочтения материала, но как мы уже упоминали, сегодня читатели предпочитают «сканирующее чтение», выбирая наиболее привлекательные материалы по заголовку и оформлению, и как правило, сначала реципиент смотрит фото, а потом уже читает сам материал. Таким образом, изображение, как и заголовок, призвано заинтересовать читателя и мотивировать его на дальнейшее чтение. Если человек не понимает, что изображено на фотографии, а подписи, коротко и быстро объясняющей это, нет, маловероятно, что читатель заинтересуется в достаточной степени, чтобы прочитать сам текст. Под фотографиями необходимо вставить краткие информативные подписи, также следует следить за тематическим соответствием изображений содержанию текста.

Для повышения уровня доверия со стороны аудитории, журналистам следует тщательнее работать с источниками информации и указывать их в тексте, иначе читателям приходится полагаться только на имя журналиста, что мы увидели, рассмотрев тексты «Рыгор Сурус: сакрэт кампазітарскага поспеху ў прафесіяналізме» и «Гармонія працы». А если журналист не обладает достаточным авторитетом, то критичный читатель будет сомневаться в достоверности материала. Уровень доверия повышает использование цитат, таким способом создается впечатление получения информации «из первых рук».

Все рассмотренные нами публикации газеты «Літаратура і мастацтва» отвечают критериям «актуальность» и «полнота информации». Почти все материалы релевантные и соответствуют интересам аудитории. Объективными назовем все материалы, кроме последнего. В материалах, носящих информативный характер, журналистам следует быть более объективными и подавать факты без личной оценки, помня, что цель таких текстов – информировать, а не влиять на аудиторию.

Проанализировав тексты двух изданий, заметим, что заголовочные комплексы газеты «Культура» более качественные – они эмоциональны и воздействуют на аудиторию, побуждая ее к дальнейшему прочтению, но при этом информативны и раскрывают темы материалов. Фотографии «Культуры»

содержат подписи, которые объясняют читателю, что на них изображено и тем самым, экономят его время, что является несомненным плюсом. Во всех проанализированных нами материалах газеты «Культура» указываются источники информации, также они отвечают критериям «актуальность» и «полнота информации». Журналистские тексты этого издания менее релевантны, по сравнению с рассмотренными нами публикациями «Літаратуры і мастацтва». Авторам этого издания необходимо работать над релевантностью, так как основной потребитель контента СМИ – читатель, он непосредственно влияет на реализацию продукции средства массовой информации, а значит, при подготовке материалов необходимо учитывать его интересы. Некоторые материалы «Культуры» содержат оценочное мнение журналистов, что не позволяет назвать их в полной мере объективными. Так же как и при анализе газеты ЛіМ, заметим, что при подготовке материалов информационного характера журналистам следует подавать информацию непредвзято, без оценочного суждения, способного влиять на мнение аудитории.

Газеты, которые мы выбрали для исследования, также имеют интернет-версии. Как мы упоминали ранее, в интернет-версиях изданий могут проявляться уникальные свойства интернет-СМИ, обусловленные технологическими возможностями сети. К ним относятся: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность. В интернет-версиях газет «ЛіМ» и «Культура» эти свойства не проявляются – материалы из газеты полностью дублируют на сайт, никак не адаптируя их под цифровой формат. Журналисты не используют в текстах гиперссылки, аудио- и видеофайлы. Единственное отличие от печатной версии – под материалами можно оставлять комментарии. Интернет-версии рассматриваемых нами газет являются не столько самостоятельными изданиями, сколько копией газеты в электронном формате. Для совершенствования такого информационного продукта как журналистский текст, в современных условиях дигитализации и конвергенции, анализируемым нами изданиям необходимо использовать технологические возможности Интернета и адаптировать газетные тексты под цифровой формат.

Одним из способов использования мультимедийности является добавление в Интернет-версии материалов аудио- и видеофайлов – их использование в публикациях музыкальной тематики дает новые возможности для привлечения аудитории.

Выводы.

1. Журналистам при подготовке публикации необходимо тщательнее работать со структурным аспектом текста. Проведенный нами анализ материалов показал, что часто авторы используют абстрактные малопривлекательные заголовки, не способные заинтересовать читателя.

Фотографии, сопровождающие материалы, не всегда тематически соответствуют содержанию публикации, большинство из них не имеют подписей.

2. Если структурная часть материала качественная и заинтересовала читателя, дальнейшая цель журналиста – поддерживать интерес аудитории и формировать доверие к изданию, чтобы и в дальнейшем реализовывать свою продукцию. Этого возможно достичь с помощью совершенствования содержательной части текстов, к которому относятся: использование качественных источников, актуальность, полнота информации, релевантность и объективность. Анализ материалов исследуемых нами изданий показал, что журналисты не всегда указывают источники информации, что снижает уровень доверия к тексту. Некоторые материалы нерелевантны, что является существенным минусом: в первой главе мы писали, что основной потребитель информационного продукта СМИ – читатель/слушатель/зритель, и именно от него зависит дальнейшая реализация продукции, а значит, одно из главных требований к журналистскому тексту – соответствие интересам аудитории.

3. В условиях дигитализации и конвергенции, газетам, которые мы рассматривали, необходимо использовать весь потенциал новых технологий: совершенствовать интернет-версии, адаптировать материалы под цифровой формат, активно использовать гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Медиаконтент – это совокупность широкого спектра медиатекстов (журналистских, рекламных, PR и др., а также иных данных – звука, изображений или комбинации мультимедийных данных, структурно-содержательно упорядоченных в соответствии с концепцией и форматом СМИ и ориентированных на интересы определенной целевой аудитории. Существуют следующие классификации медиаконтента: по виду носителя, по типу финансирования, по типу источника, по способу производства и по типу медиаплатформы.

2. Управление контентом в *тематическом* направлении подразумевает определение содержательной релевантности материалов и ранжировании текстов по степени «новостной ценности», которая зависит от соблюдения следующих принципов: воздействие, своевременность, известность героев, территориальный фактор, неординарность, конфликт, употребляемость. Управление контентом в *жанровом* направлении включает выбор верной формы подачи материала, определяет полноту раскрытия темы в рамках жанра. Управление *качеством* контента подразумевает соответствие контента СМИ информационным запросам целевой аудитории и рассматривает медиаконтент в правовом, этико-политическом, психологическом, лингвостилистическом, художественном, экономическом, менеджмент-маркетинговом, структурно-композиционном и графическом направлениях.

3. В 1960-е годы прошлого века начинает формироваться массовая музыкальная журналистика. Современная музыкальная журналистика окончательно отделилась от музыковедения и музыкальной критики, став самостоятельной. Среди ее основных характеристик можно выделить ориентацию на массовую аудиторию, персонифицированность, развлекательный характер материалов, трансформацию в жанровом и тематическом аспекте. Издания разных лет, освещавшие музыкальную тематику, можно условно разделить на три группы: 1) специализированные музыкальные издания, 2) неспециализированные СМИ, на страницах которых можно встретить материалы о музыке, 3) подпольная музыкальная пресса – самиздат.

4. Контент музыкальных медиа претерпел изменения и приобрел следующие жанрово-тематические особенности: преобладающим жанром материалов о музыке стали репортаж и интервью, а общими для таких

материалов «новостными ценностями» стали известность героев, своевременность и невысокий уровень воздействия.

5. В ходе исследования мы выявили два аспекта оценки качества такого вида медиаконтента как журналистский текст: содержательный и структурный. Содержательный аспект включает следующие критерии: использование качественных источников, актуальность, полнота информации, релевантность, объективность. К структурному мы отнесли: интересный заголовочный комплекс (заголовок и лид), иллюстрация и ее качество. Работа над улучшением качества журналистских текстов включает в себя тщательную проработку каждого из этих критериев. В условиях дигитализации и конвергенции еще одним путем совершенствования качества журналистских текстов является их адаптация под разные виды СМИ: сегодня почти все издания имеют интернет-версии. Медиаменеджеры должны использовать все технологические возможности Интернета.

6. Результаты анализа журналистских текстов газет «Літаратура і мастацтва» и «Культура» привели нас к следующим заключениям.

Заголовочные комплексы газеты «Культура» более качественные – они эмоциональны и воздействуют на аудиторию, побуждая к дальнейшему прочтению, но при этом информативны и раскрывают темы материалов. ЛіМ отдает предпочтение образным, абстрактным заголовкам, исходя из которых довольно трудно определить, о чем пойдет речь в материале. Лиды можно назвать качественными, но они присутствуют не во всех материалах. Фото в обоих изданиях в большинстве качественные и тематически соответствуют текстам, но иногда встречаются изображения, не имеющие никакой связи с содержанием материалов. В отличие от ЛіМа фотографии «Культуры» содержат подписи, которые объясняют читателю, что на них изображено и тем самым экономят его время, что является несомненным плюсом. Во всех проанализированных нами материалах газеты «Культура» указываются источники информации, журналистам же ЛіМа для повышения уровня доверия со стороны аудитории, следует тщательнее работать с источниками информации и указывать их в тексте. Все рассмотренные нами публикации отвечают критериям «актуальность» и «полнота информации». Журналистские тексты газеты «Культура» менее релевантны, по сравнению с рассмотренными публикациями «Літаратуры і мастацтва». Некоторые материалы «Культуры» отражают мнение журналистов, что не позволяет в полной мере назвать их объективными. Материалы «Літаратуры і мастацтва» объективны.

На основе анализа журналистских текстов мы выработали следующие рекомендации по улучшению качества информационных продуктов СМИ.

1) при подготовке публикации сотрудникам редакции необходимо тщательно работать со структурным аспектом текста. Проведенный нами анализ материалов показал, что часто журналисты используют абстрактные малопривлекательные заголовки, не способные мотивировать читателя на прочтение основного текста. Фотографии, сопровождающие материалы, не всегда тематически соответствуют содержанию публикации, более 50% из них не подписаны;

2) целесообразно совершенствование содержательной части текстов. Анализ материалов исследуемых изданий показал, что журналисты не всегда указывают источники информации, что снижает уровень доверия к тексту. Некоторые материалы нерелевантные, что является существенным минусом и требует доработки;

3) в условиях дигитализации и конвергенции средств массовой информации необходимо использовать весь потенциал новых технологий: совершенствовать интернет-версии изданий, адаптировать материалы под цифровой формат, активно использовать гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аляксандраў, А.С. Беларуская музычная журналістыка ў 1960–1980 гг. [Электронный ресурс] / А.С. Аляксандраў // Сб. работ 68-й науч. конф. студентов и аспирантов Бел. гос. ун-та: в 3-х ч. – Минск: БГУ, 2011. – Ч. 3. – С. 65-67. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/30182/1/65-67.pdf>. – Дата доступа: 21.11.2016.
2. Баяхунова, Л.Б. Современная музыкальная критика: наблюдение за особенностями жанра [Электронный ресурс] / Л.Б. Баяхунова // Культура в современном мире. – 2014. – № 4. – Режим доступа: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2014/04/2014-04_r_kvm-s6.pdf. – Дата доступа: 24.11.2016.
3. Вартанова, Е.Л. Конвергенция как неизбежность. О роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия: сб.; под ред. Я.Н. Засурского и Е.Л. Вартановой. – М.: МГУ, 2000.
4. Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
5. Галеев, А.П. Менеджмент информационных продуктов и услуг медиапространства [Электронный ресурс] / А.П. Галеев // Перспективы науки и образования. – 2015. – № 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-informatsionnyh-produktov-i-uslug>. – Дата доступа: 22.04.2017.
6. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М: КомКнига, 2006. – 144 с.
7. Горошко, Е.И., Типологизация контента современных СМИ (попытка рефлексии): мат-лы науч.-практич. конф. /Е.И. Горошко, А.С. Каверина // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы, Москва, 26-27 апреля 2013г. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. – С. 122-131.
8. Градюшко, А.А. Печатные СМИ в интернете: модификация информационного производства [Электронный ресурс] / А.А. Градюшко // Вести Института современных знаний. – 2007. – № 4. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/93922>. – Дата доступа: 3.05.2017.
9. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие для вузов / С.М. Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 364 с.
10. Демина, И.Н. Продукт средств массовой информации как товар [Электронный ресурс] / И.Н. Демина // Известия Иркутской государственной

экономической академии. – 2005. – № 1. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/produkt-sredstv-massovoy-informatsii-kak-tovar>. – Дата доступа: 28.04.2017.

11. Дроздов, Д.Н. Теория и практика современного менеджмента СМИ: программа дисциплины [Электронный ресурс] / Д.Н.Дроздов, И.Д. Воюш, Д.О. Никонович // <http://elib.bsu.by/> Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/186306/1/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80.%20%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82.%20%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%20%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D0%9C%D0%98.pdf> . – Дата доступа: 10.03.2018.

12. Дроздов, Д.Н. Менеджмент контента как важнейший тренд управления современными медиа [Электронный ресурс] / Д.Н. Дроздов // <http://elib.bsu.by/> Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/168966/1/465-470.pdf>. – Дата доступа: 14.04.2018.

13. Житинский, А. Путешествие рок-дилетанта / А. Житинский [Электронный ресурс] // Электронная библиотека RoyalLib.com. – Режим доступа: http://royallib.com/book/gitinskiy_aleksandr/puteshestvie_rok_diletanta__chast_1_.html. – Дата доступа: 24.11.2016.

14. За месяц до релиза прислали «ОК Computer». Читатели и создатели вспоминают «Музыкальную газету» [Электронный ресурс] // Citydog.by. – 2016. 9 мар. – Режим доступа: <http://citydog.by/post/muzykalnaya-gazeta/>. – Дата доступа: 25.11.2016.

15. Иващенко, Н.А. Современная газетная журналистика: категория качества в текстовой идентификации [Электронный ресурс] / Н.А. Иващенко. – СПб, 2009. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/sovremennaja-gazetnaja-zhurnalistika-kategorija-kachestva-v-tekstovoj-identifikacii.html>. – Дата доступа: 29.04.2017.

16. История и миссия [Электронный ресурс] // Музыкальное обозрение. Режим доступа: <http://muzobozrenie.ru/istoriya-i-missiya/>. – Дата доступа: 24.11.2016.

17. Коголовский, М.Р. Глоссарий по информационному обществу / М.Р. Коголовский; под общ. ред. Ю.Е. Хохлова. – М.: Институт развития информационного общества, 2009. – 160 с.

18. Козлов, А. Рок: истоки и развитие [Электронный ресурс] / А. Козлов // Электронная библиотека RoyalLib.com. – Режим доступа: http://royallib.com/read/kozlov_aleksey/rok_istoki_i_razvitie.html#0. – Дата доступа: 24.11.2016.

19. Контркультура – главный журнал рок-самиздата [Электронный ресурс] // Афиша Daily. – 2013. – Режим доступа: <https://daily.afisha.ru/archive/volna/context/kontrkultura-glavnyy-zhurnal-roksamizdata/>. – Дата доступа: 24.11.2016.
20. Основы творческой деятельности журналиста: учебник для студентов вузов по специальности «Журналистика» / С.Г. Корконосенко [и др.]; ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб.: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000. – 272 с.
21. Короченский, А.П. Отечественная журналистская наука: между прошлым и будущим // Журналистика и Медиаобразование в XXI веке. – Белгород, 2006. – С. 15-16.
22. Кравченко, Л.П. Управление контентом в средствах массовой информации: программа дисциплины [Электронный ресурс] / Л.П. Кравченко, Г.А. Шевелев, Е.А. Фатеев // Redfbd.ru/. – Режим доступа: <https://refdb.ru/look/1129620.html>. – Дата доступа: 18.03.2018.
23. Кузьмина, Н.А. Современный медиатекст: учебное пособие; отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
24. Курышева, Т.А. Музыкальная журналистика и музыкальная критика: учебное пособие / Т.А. Курышева. – М.: Владос-Пресс, 2007. – 296 с.
25. Кушнир, А. Золотое подполье. Полная иллюстрированная энциклопедия рок-самиздата. История. Антология. Библиография / А. Кушнир, С. Гурьев. – Нижний Новгород: Деком, 1994. – 368 с.
26. Лободенко Л.К. Рекламный медиатекст в условиях конвергенции СМИ [Электронный ресурс] / Л.К. Лободенко // КиберЛенинка. – 2013. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/reklamnyy-mediatekst-v-usloviyah-konvergentsii-smi>. – Дата доступа: 12.04. 2018.
27. Луканина, М.В. Текст средств массовой информации и конвергенция [Электронный ресурс] / М.В. Луканина // Политическая лингвистика. – 2006. – № 20. – Режим доступа <http://cyberleninka.ru/article/n/tekst-sredstv-massovoy-informatsii-i-konvergentsiya>. – Дата доступа: 1.05.2017.
28. Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие / М.М. Лукина. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 348 с.
29. Никонович Д.О. Теория и практика менеджмента контента белорусских СМИ/Д.О. Никонович ; науч.ред. О.М. Самусевич . – Минск: БГУ, 2018. – 187 с.
30. Новая информационно-коммуникационная среда. Состояние, проблемы, вызовы. Попытка осмысления: доклад экспертов медийно-коммуникационной сферы при поддержке Министерства связи и массовых

коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://img.rg.ru/pril/article/48/38/20/Doklad-svyaz.pdf>. Дата доступа: 20.04.2018.

31. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. — 4-е изд., дополненное. — М.: Азбуковник, 1999. — 944 с.

32. Орлова, Т.Д. Музыкальная журналистика / Т. Д. Орлова – Минск: Современные знания, 2007. – 131 с.

33. Павленко Т.С. Понятие «контент»: типология, виды и технология получения дидактического контента в образовательном процессе [Электронный ресурс] / КиберЛенинка. – 2017. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ponyatie-kontent-tipologiya-vidy-i-tehnologiya-polucheniya-didakticheskogo-kontenta-v-obrazovatelnom-protsesse> .– Дата доступа: 12.04.2018.

34. Саенкова, Л.П. Литературно-художественная критика и журналистика: историко-культурный контекст [Электронный ресурс] / Л.П. Саенкова // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2009. – № 1. – С. 87-91. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/4430/1/18%D0%A1%D0%90%D0%95%D0%9D%D0%9A%D0%9E%D0%92%D0%90.pdf>. – Дата доступа: 21.11.2016.

35. Свердлов, П.Л. Музыкальная журналистика как феномен современного медиапространства [Электронный ресурс] / П.Л. Свердлов // Веснік БДУ. Сер. 4. – 2007. – № 3. – С. 87-93. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/13647/1/88-93.pdf>. – Дата доступа: 21.11.2016.

36. Темникова Л.Б. О многообразии медиа жанров в современной российской и зарубежной журналистике[Электронный ресурс] / КиберЛенинка. – 2016. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/o-mnogoobrazii-media-zhanrov-v-sovremennoy-rossiyskoy-i-zarubezhnoy-zhurnalistike>. – Дата доступа: 10.02.2018.

37. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: учеб. пособие / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.

38. Троицкий, А.К. Рок в Союзе / А.К. Троицкий. – М.: Искусство, 1991. – 207с.

39. Хасанова, Н.Р. Музыкальная критика современного Узбекистана: состояние, проблемы, тенденции: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 17.07.02 / Н.Р. Хасанова; Акад. художеств Узбекистана, Науч.-исслед. ин-т искусствознания. – Ташкент, 2001. – 24 с.

40. Чазова, С.А. Качество информационного продукта: теория и прикладные аспекты, проблемы преподавания: [Электронный ресурс] / С.А.

Чазова // Девятая Междунар. конф. «Крым-2002» «Библиотеки и ассоциации в меняющемся мире: новые технологии и новые формы сотрудничества», 8–16 июня 2002 г. – Судак, 2002. – Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2002/trud/sec1121/Doc50.HTML>. – Дата доступа: 28.04.2017.

41. Черникова, Е.В. Основы творческой деятельности журналиста: учеб. пособие / Е.В. Черникова. – М.: Гардарики, 2005. – 255 с.

42. Шестеркина Л.П. От медиатекста к медиабренду: к вопросу о взаимодействии журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ [Электронный ресурс] /Л.П. Шестеркина, Л.К. Лободенко// КиберЛенинка. – 2013.– Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/ot-mediateksta-k-mediabrendu-k-voprosu-o-vzaimodeystvii-zhurnalistiki-reklamy-i-pr-v-konvergentnyh-smi>. – Дата доступа: 10.04.2018.

Публикации журнала «Ровесник»

Рок-энциклопедия «Ровесника» (№10, 1987 год)

И Боллард, и Арджент начали сольную деятельность, в которой больше преуспел первый: его пластинки «Победитель» 1976 года и «В пламени» 1981 года получили высокую оценку как критиков, так и слушателей. Кроме того, он продюсировал студийную работу Роджера Долтри и Лео Сэйера (хотя музыка Сэйера разочаровала поклонников Болларда). Род Арджент записал в 1978 году сольную пластинку «Дом на колесах», в которой ему помогал Фил Коллинз.

Джон Верити, Джим Родфорд и Роберт Хенрит в 1976 году организовали группу «Феникс», но в том же году Родфорда присоединился к «Кянкс».

JOAN ARMATRADE. Джоан Арматрейд родилась в 1950 году в Вест-Индии. Затем ее родители переехали в Англию. Профессиональная карьера певицы началась в 1972 году, а ее муж, Пэм Нестор, стал соавтором большинства песен. Первая пластинка, «Что бы нам ни предстояло», вышла в 1974 году, в 1975-м — «Снова в ночь». После этого она выпускала по пластинке в год. Ее последняя работа — альбом прошлого, 1986 года «От судьбы не уйдешь» — записана при содействии группы «Фэзпорт конвеншн» и «Литл фит», а также гитариста Альберта Ли. Джоан Арматрейд умело переплела в своих песнях фолк, реггей, соул и рок-н-ролл.

«ARMAGEDDON» («Армагеддон»). Эту группу организовали в 1975 году в Великобритании Мартин Пафф, гитара, и Луис Сеннамо, бас, игравшие в начале 70-х годов в группе «Стиксхаммер». Позже к ним присоединился Кейт Рельф, бывший вокалист «Ярдбердз». Они долго подбирали барабаника и сумели найти его лишь по другую сторону океана — это был Бобби Колдуэлл, до этого сотрудничавший с группами Эдгара и Джо-ни Уинтеров, а также с лидером американского рока «Капитан «Все назад»».

Знаменитый американский продюсер Джерри Мосс прослушал запись репетиции, и музыканты получили контракт: их единственная пластинка, «Армагеддон», вышла в конце 1975 года. Мощный

ритм-энд-блюз этой группы всколыхнул всю Америку, посыпались предложения на контракты, пять песен с пластинки непрерывно звучали по радио. «Армагеддон» готовили вторую пластинку, но в мае 1976 года Кейт Рельф решил самостоятельно сменить проводку в своей квартире: удар электрического тока оказался смертельным...

Его сестра собрала полусмрой материал готовившейся пластинки и вместе с другом Кейта, барабаником тех же «Ярдбердз» Джимом Маккарти, организовала группу «Иллюзия», которая по сей день пользуется музыкальными идеями Кейта Рельфа.

ART-ROCK (арт-рок). Наиболее точно этот термин можно было бы перевести как «интеллектуальный рок», но дать ему точную характеристику, пожалуй, невозможно. Обычно подразумевается такая форма рок-музыки, для которой характерны приемы, присущие классической европейской музыке: многоплановые композиции, приближающиеся по форме к традиционной сюите, сложный ритмический рисунок, использование пауз как составных элементов музыки. Но прежде всего арт-рок — это способ музыкального мышления композитора, который должен хорошо разбираться не только в классике, но и в джазе, и в музыкальном фольклоре.

Арт-рок появился в конце 60-х годов в Великобритании и стал логическим продолжением психоделии, стиля, который в ту же минуту вышел в тупик и который характеризовался сложными, порой вычурными инструментальными партиями, а в текстах тяготел к символизму. Признание арт-рок получил в 70-е годы, когда произошло его слияние с хард-роком: этот симбиоз потребовал от исполнителей виртуозной техники и некоторого отхода от канонов поп-музыки 50-х и 60-х годов. Блюз и ритм-энд-блюз, лежавшие в основе практически всех композиций тех лет, стали уходить на второй план, уступая место музыкальным структурам европейской школы. В США этот стиль получил не столь широкое распространение, и даже сам термин



видоизменился, превратившись в «прогрессивный рок».

Самой первой работой в этом жанре стал альбом английской группы «Кинг Кримзон» «При дворе короля Кримзона», выпущенный в 1969 году: здесь прослеживается влияние таких асов психоделии, как «Прокол харум» и «Мудия блюз». «Кинг Кримзон» развили идеи музыкального символизма, к которому тяготели эти группы, широко использовавшие церковные оратории и симфонические вставки, и гитарный стиль Джими Хендрикса. В начале 70-х годов в Европе появилась целая когорта групп, посвятивших себя арт-року: «Эмерсон, Лейк и Палмер», «Фокус», «Генератор Ван дер Грааф», в США успешно работала группа «Канзас».

В то же время, например, английская группа «Рокки мюзик», которую по чисто внешним признакам тоже можно было отнести к группам арт-рока, в действительности занимается тем, что... пародирует его. Эту группу и подобные ей стали называть «арт-рокерами», хотя их стиль зарубежные музыковеды не выделяют как самостоятельный.

Постепенно европейский арт-рок распался на несколько ответвлений, среди которых прежде всего необходимо выделить «инцентричный атак», получивший название «джаз-рок-психоделия», — основателем этого сугубо европейского течения был американец Фрэнк Заппа. Для джаз-рок-психоделии характерна большая камерность и акцент на джазе. Первой группой, игравшей в таком стиле, стала кентерберийская «Софт машина». Впоследствии, под влиянием стиля «техно-флэш», появилась «флэш-джаз-психоделия», вариант арт-рока, для которого характерно джазовое построение композиций, но решаются они тем не менее средствами рока, иногда — хард-рока. В этом стиле играли группы «Гонг», «Хэвилд энд дэ Норт» и «Караван».

Этлон Джон, напротив, начал с попыток найти свое собственное лицо. Человек, без сомнения наделенный талантом, он хотел в творчестве оставаться самим собой. Но выжить в сфере шоу-бизнеса можно только на гробу успеха — успеха любой ценой. И трезвый коммерческий расчет заставил его обратит-

ся к бульварному шутовству, которое он эксплуатирует ныне в хвост и в гриву. Только вот не уходит ли от Элтона Джона талант? Не занимается ли он обычной дешевой распродажей, на которую — как в магазины после конца сезона — реклама зазывает публику: «Спешите! Спешите!»

ВЫПУСКНИК КОРОЛЕВСКОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ

ВЫ СПРАШИВАЛИ

Маргарет ИНГХЭМ,
американская журналистка

Впервые я увидела его несколько лет назад в «Филмор-исте» (теперь этот зал уже не функционирует, а тогда он был центром нью-йоркских поклонников рок-музыки). Приученные к выходам «рок-фанов», билетеры здесь не стеснялись в выражениях, но я столь живо выпадала из общей массы юных зрителей, что ко мне обратились довольно вежливо: «А ну-ка проваливай с прохода».

В углу сцены появился ведущий.

— Леди и джентльмены! (Это выражение было слышно хрипловатым голосом.) К нам прибыла из Ангрии... Дэн Муррей — бас-гитара, Найджел Джонс — ударные, гитара-сола Дейв Джинстоун и Эстон Джон, — он хотел, видимо, добавить «рояля», но дружный рев заглушила его.

На сцену выходит группа. Не обращая внимания на ревуших поклонников, Эстон Джон садится к роялю и берет первые аккорды, потом следует несколько щекочущих арпеджио — школа видна сразу. Бас-гитарист исполнителю вторит глубокими, напевными звуками. Ударник скрывается за баррикадой из 13 барабанов и пока бездействует. Спокойно, еще спокойнее. Публика успокаивается.

Эстон Джон, слегка заглядывая слова, начинает петь своим высоким, немного сдвинутым голосом. Голос мне хорошо знаком по пластинкам, но глазам своим я отказывалась верить: господи, как может человек, окончивший Королевскую музыкальную академию, человек, который лижет, может быть, самую интеллигентную рок-музыку — тонкую смесь рока и стилей «соул», который поет песни продуманные, отполированные и, главное, очень сентиментальные, — как может такой человек появляться на сцене в лапидарном костюме, желто-зеленом комбинезоне и клоунских башмаках с крылышками!

Но дело не только в костюме. Он никак не хочет сидеть спокойно. То вскарабкивается на свой концертный рояль «Стейнвей» и подбадривает аудиторию ритмичными хлопками, то проделывает серию акробатических номеров над клавиатурой: стойка, кульбит, опять стойка...

Публике это, судя по реакции, очень нравится, а я продолжаю пребывать в недоумении. Конечно, я приняла к тому, что в наши дни рок-звезды появляются на сцене в нижнем белье, а то и в чем мать родила и жуют резинку во время пения. Но зачем все это Эстону Джону, музыканту, без-

условно, неординарному? Одна надежда — после концерта у меня назначена встреча с Эстоном Джоном, и он, быть может, скажет, зачем ему весь этот цирк.

В разговоре Эстон Джон очень скромный — как может быть скромным только интеллигентно-провинциал. Он способен выдержать целое интервью и не сказать ни слова о себе. В данном случае мне просто повезло — у



него было «разговорчивое настроение». Я апаю, что у него было не очень веселое детство — педагоги-родители методично «набивали» в него старые прочные устои старой доброй Англии и стремились сделать из сына апаменитого классического пианиста. Он сидел за роялем, а за стеной мальчишки гоняли в футбол. И я спросила, не добирал ли он в эти свои трюки той игры, что не добрал в детстве.

— Понимаете, из меня никогда бы не вышел классический пианист — мясенькая рука и очень плохая «растяжка», едва беру октаву. Но насчет цирка — это вы правы... Зрители ждут от меня всяческой эксцентрики, а мне приятно слышать изумленные похвалы. Вообще-то я спокойный человек и эксцентрикой в жизни не увлекаюсь. Во время концертов я так выкладываюсь, что у меня потом едва хватает сил добраться до постели. Я много репетирую, не отказываюсь выходить на «бис» — пусть зрители

получат за свои деньги все, что им надо. А наутро опять в путь. Вот так и живу...

Я спросила, как он улавливает, что нужно именно этому зрителю и именно сегодня.

— Вообще-то все зависит от удачи. Вот Рег Дуайт, например, тот был неудачником. Бог знает, сколько еще лет он играл бы в заштатных группах и пытался продать свои песенки, если бы этому самому Регу Дуайту (то есть мне) не пришло в голову сминуть ники на «Эстон Джон». И колесо Фортуны повернулось — прямо-таки мистический акт! «Эстон Джон» сразу же стал набирать обороты. Немалую роль здесь сыграла еще и встреча с поетом Берни Топингом. Мы нышли друг друга по объявлению в музыкальной газете и с тех пор не расстаемся. Без стихов Берни я не смог бы писать музыку. Его слова дают мне сильнейший импульс к творчеству.

Сейчас этот тандем — Эстон Джон и Берни Топинг — владеет восемью «золотыми» дисками и четырьмя «платиновыми» (продано по миллиону экземпляров). Пластика «Прощай, желтая кирпичная дорога» — в десятке лучших дисков 1974 года.

Эстон Джон очень серьезно относится и к успеху, и к тому, что называется «имиджем» — образу, который возникает в сознании людей при звуке его имени. К встрече с фотографами он обычно готовится заранее — придумывает костюм, примеряет гримасы: не позволяет себе выпадать из ниндзя.

— Было время, когда нас называли «вечным аутсайдером, гением за сценой». А теперь критики лишут: «Песок, которым некогда закидывали Элтона Джона, превратился в золотой». Как вы относитесь к золотому песку?

— Бережно. Мне уже двадцать семь, и я не знаю, как долго еще я смогу удовлетворять запросы подростковой публики. Я пока на волне, заработками не обижен, но цель не исключаю вариант, что мы слетим так же быстро, как выскочили на поверхность. Поэтому и даю то, что от меня требует. Вы поморщились... Нет, я не циник. Просто годы безвестности и скитаний по сценам кабаре — а кабаре, должен вам заметить, это братская могила многих, даже очень незаурядных артистов — научили меня смотреть на успех, гм, философски.

Перевела с английского Н. РУДНИЦКАЯ

Главный редактор А. А. НОДИЯ.

Редакционная коллегия: В. Л. АРТЕМОВ, С. М. ГОЛАНОВ, Н. В. ГОРЕЛОВ (зам. главного редактора), О. А. ГОРЧАКОВ, В. В. ГИГОРЕВ, М. А. ДРОБЫШЕВ, В. П. МОШНЯГА, В. Д. ОСИПОВ, Б. А. СЕНЬКИН, С. А. ЧИБИРЕВ.

Художественный редактор О. С. Александрова

Оформление В. Д. Грылова

Технический редактор В. Н. Савельева

Адрес редакции: Москва, 103104, Спиридоньевский пер., 5.

Телефон 290-36-55. Рукописи не возвращаются.

Парепечатка материалов разрешается только со ссылкой на журнал.

Сдано в набор 15/IV 1975 г. Подп. и печ. 23/IV 1975 г. А08142. Формат 60×90¹/₁₆. Печ. л. 3 (учл. 3). Уч.-изд. л. 5,2. Тираж 470 000 экз. Цена 20 коп. Заказ 664.

Типография изд-ва ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия», 103030, Москва, К-30, ГСП-4, Суцеская ул., 21.



В рассказе о роке 70-х мы несколько (точнее, наполовину) отступили от принципа, положенного в основу повествований о предыдущих двух десятилетиях. Там мы приглашали вас взглянуть на времена былые с позиций дней сегодняшних: это позволяло несколько отстраниться от предмета разговора и попытаться sobласти приличествующий рассказу об истории спокойный тон. Материал о панк-роке, родившемся в середине семидесятых, танье написан сегодня. Но вот статья о том, что происходило до этого события, мы взяли прямо из тех дней, из 75-го года.

И вот почему: сама интонация, выдернанная в духе некролога (хоть автор и уверлет в обратном), очень напоминает ситуацию, сложившуюся тогда в самой рок-музыке. Да, тогда с успехом творили великие супергруппы, и музыка их становилась все мудренее, а публика — все просвещеннее. Рок все более приобретал черты большого искусства (в чем, в принципе, ничего дурного нет), он устремлялся к вершинам духа, но где-то там, на брэнной земле, произрастали новые поколения мальчигов и девчонок, которым, честно говоря, хотелось, чтобы с ними по-простому поговорили об их заветном и еще вполне незатейливом. А тот высокий рок отмахивался от вопросов подростка, как обыкновенный папа, занятый серьезными вещами и потому не обращающий внимания на, казалось бы, несущественные проблемы сына-старшенкласника.

Что бывает, когда родители не обращают внимания на своих детей, известно всем. То же случилось и в рок-музыке: новое поколение выбрало панк...

РОК 70-х

РАЗМЫШЛЕНИЯ У ВЕРСТОВОГО СТОЛБА

Мишель ЛАНСЕЛО,
французский писатель

В двухтомном словаре «Рок-музыка от А до Z» на букву «К» я нашел: «Кампус» — еженедельная передача французского радио, ведущий — журналист и писатель Мишель Лансело. Существовала с 1967 по 1971 год. Тщательной подготовкой своих программ и непринужденной подачей материала способствовала популяризации зарубежной рок-музыки во Франции.

Спасибо за реверанс.

Но, рискуя разочаровать составителей словаря, должен признаться, что, прослушав не одну тысячу дисков с этой музыкой, побывав на десятках рок-фестивалей в Америке, Голландии и во Франции, познакомившись с большинством рок-звезд, всласть наговорившись с ними, я тем не менее так и не стал специалистом вроде сыновей некоторых моих приятелей, готовых, разбудив их среди ночи, выдать вам, когда вышел тот или иной диск, или процитировать на память длинное имя приглашенного гитариста группы, скажем, «Королевский попугай», участвовавшего в концерте в марте 1964 года!

На эти и на многие другие аналогичные достижения я по-прежнему не способен.

Потому что мне это не интересно.

На снимке: Джими Хендрикс (слева) и Роберт Плант из группы «Лед Зепелин».

полник новый взгляд на взаимоотношения между людьми... Рок — это общение. Он — звуковой фон целого поколения, отождествляющего себя с ним.

Дистер смотрит в корень. Он, хотя и тяжеловато, но говорит о главном, о фундаментальном.

Сегодня, увы, я ощущаю, что рок-музыка ничему фундаментальному не соответствует. И уже не первый год.



Рок стал не более чем музыкой, такой же, как другие — все лучше и лучше записываемой, ибо техника не стоит на месте, все лучше и лучше подаваемой — конверты пластинок, плакаты, эффекты, дабы полностью соответствовать своей роли товара.

Сегодняшний рок питается своим прошлым. Он существует благодаря бывшей славе: каплелка «Битлз» там, новый «гигант» Дилан тут, телепередача о Пресли, фестиваль фильмов о рок-музыке. От всего этого за пересту разит тоской по прошлому.

Да, появляются новые группы, среди них можно выделить лучшие. У остальных же, играющих технически безупречно, у каждой есть свой «предок». И напыляют воспоминания, если речь не идет об открытом плагиате: здесь кусочек из «Би Джиэ», тут намек на «Ваннелла Фалло», где-нибудь знаменитое соло ударных из «Чикаго» и т.д.

По части исполнения, иногда даже импровизации любая новая группа превосходит почти все, что было в прошлом. Но чего-то все-таки не хватает. Искры, настроения, мысли, может быть. Не скажу, не знаю. Но это ощущает всякий, кто был свидетелем рождения рока. Это как тревога на душе после просмотра фильма, который когда-то вам очень понравился, но слишком быстро, на ваш вкус, потускнел.

Полколение, открывшее Пресли, скажем лет в 16, теперь общается со своими детьми того же возраста. Они тоже слушают рок. Но интересной и, во всяком случае, полезной встречи поколений, для которых рок мог быть мостиком через традиционную пропасть, не получается.

Почему?

Потому, мне кажется, что из феномена, рожденного жизнью, рок превратился в лавку экзотических товаров с выгравированной во всю стену. И то, что этот декаданс может завораживать слушателя, ничего не меняет в том факте, что это декаданс.

Возьмем, к примеру, «Пинк Флойд», группу, которая, как мне кажется, начала работать именно тогда, когда в рок-музыке назревал перелом.

В 1967 году, говоря об этой еще неизвестной во Франции группе, которую я открыл для себя на фестивале в Сан-Франциско, я написал: «Еще один важный момент: в этой музыке не существует артистов и слушателей в собственном смысле этого слова, и еще меньше — идолов и поклонников. Нет ни музыкального чинопочитания, ни глупого восторга. Слушатели и исполнители пытаются скорее войти на время в единый звуковой, ритмический, понятийный мир».

Такого коллективного со-творчества, какое поразило меня в 1967 году, больше не существует.

Через систему купли-продажи, идеально подогнанную под конкретные экономические рамки, вернувшись в жизнь все старые признаки артистического ремесла: артист — существо особое, несравненное, неоспоримое. Ему

положено платить несметно и восхищаться им безмерно. То, что он может оказаться большой дрянью — не в счет. Мы обязаны его простить, потому что наше общество безжалостно и часто просто из каприза вынуждает нас быть тем, кем нам быть не хочется, и делать то, что самим нам претит.

Нет, с этим я спорить не стану.

Не утрекаю я рок и за то, что он обуреваем коммерческими страстями. Такой поворот можно было предвидеть. Мне не нравится, что он перестал быть достаточно творческим, перестал опираться на собственные силы.

Кстати, тревожных симптомов было предостаточно.

Уже в мае 1971 года, например, решено было закрыть два концертных зала «Филмор», те самые, которые были свидетелями стольких триумфов рок-музыки. Мотив — все более бросающийся в глаза коммерческий подход рок-групп к своим выступлениям, а иногда и полный отход от духовных корней рока, «рожденного и созданного для бунта».

Я могу ошибаться. И даже быть недостаточно компетентным. И потому я как-то попросил авторов «Рок-энциклопедии» составить для меня список лучших пластинок за последние годы. Я прослушал все диски очень внимательно. И ничуть не изменил своего мнения.

Однако то, что рок-музыка как выразительница бунта, потрошущего основы общества, мертва, ничуть не мешает ей оставаться музыкой, живущей за счет инстинкта самосохранения.

Я бы даже сказал, что ее дела на рынке идут все лучше и лучше и что журналы, которые про нее пишут, крепко стоят на ногах. Тем лучше, я за нее рад. Настало время познать то, что было не без труда посеяно в начале семидесятых.

И все же еще не все потеряно. Рок-музыка и музыка вообще не умерла. Эта статья — не извещение о ее смерти.

Но бывают минуты, когда хочется, стоя у верстового столба, увидеть, как рождаются новые музыканты.

Перевел с французского
С. КОЗИЦКИЙ

«ДА ОТКУДА Ж ТЫ ВЗЯЛСЯ НА НАШУ ГОЛОВУ?»

Илья СТОГОВ

В 1986 году меня частенько били по уху. Прямо на улице. Ухо страдало потому, что в него была вставлена сережка. В те времена для сотрясенной осины (и мозга) сережки было вполне достаточно...

Сейчас все по-другому. Однако и до сих пор добры пригородны молодцы с

разноцветным ирокезским гребнем на башке способны приковать к себе взгляд замученной магазинщицы тетки. И шепчет бедная тетя: «Да откуда ж ты взялся на нашу голову?» — и лобаняет, обзываясь: «Панк!»

А взялся он на нашу голову, как известно, из Англии. А на британскую связался, что также известно людям заинтересованным, из США. Очевидцы утверждают, что уже в 1974 году в Нью-Йорке наблюдалось и ирокезский гребень, и варварский панк-танец «пого»: прыжки по вертикали, сопровождаемые плевками. Правда, в Америке панк не выжил — последователи его претендовали на приобщенность к «новому искусству», что, как известно, недемократично, и, несмотря на вполне демократичный способ самовыражения, панк в Америке попрыгал-попрыгал, да и скончался.

Хотя к тому времени панк уже и перебрался в Англию, панк-рока пока еще не было. Остальной же рок, завершив круг, разлагался на глазах. Своих идей не было уже полдесятилетия: рок-н-ролл скрещивали с классикой и джазом, а также пытались выложить необычными инструментами или необычной игрой на инструментах обычных. Если попробовать выразить настроения тех лет двумя словами, то этими словами будут «Все осточертело» — демонстрация музыкантами техники своей игры была неинтересна слушателям.

Панк-року виртуозность была чужда изначально. Как утверждал Пол Кук из «Секс пистолз»: «Пока мы учились играть на инструментах, нас абсолютно не волновало — есть ли у нашего вокалиста голос или он вообще глухонемой».

Первые панк-рокеры с криками «Эту музыку может играть каждый!» помыкавали в Англии в 1975 году. Начинали они, как уже говорилось, не на пустом месте: основы жанра были разработаны американцами. Стиля жизни — группой «Нью-Йорк доулз», манера игры — группой «Рэймонесс», общий настрой — Игги Попом с его группой «Студжиз», а поведение на сцене — Лу Ридом (начинавшим в «Велвет андерграунд»: тот всю первую половину 70-х занимался тем, что орал на публику, оскорблял ее и поминутно уходил со сцены. Панк-рок мужал, но вылезти из подвала и маленьких клубов ему не удавалось — воля не доставала).

Историческое событие произошло 10 октября 1976 года: Терри Слейтер из фирмы EMI вышел в лондонский бар «Клуб 100» (музыкальный обозреватель Кен Текер отмечает, что «Клуб 100» был «одним из немногих, где хозяева не контролировали ни громкости звука, ни внешнего вида посетителей») — судя по фразе «одним из немногих», неформалов и в Англии не очень-то балуют). В баре выступала группа «Секс пистолз», Терри Слейтер представлял, как она может выглядеть



ВЫ СПРАШИВАЛИ

КУДА ЛЕТИТ «ЦЕПЕЛИН»?

А. ТРОИЦКИЙ

Мраморный цепелин увесисто покоится на монументальной колоннаде. В мрамор основания вбиты имена: Джон Пол Диксон, Джими Хейдж, Роберт Плант, Джон Бонхэм. Солидно, основательно, непоколебимо...

Кому принадлежит этот рисованный мавзолей? Всмотритесь, разбираете — сверху, над колоннадой, слова «Лед Зепелин»? Да, это обложка одного из дисков — точнее, второго — ставшей теперь уже всемирно известной группы «ЛЗ» (примем для удобства такое сокращение). Чем же заслужили «ЛЗ» подобную известность и есть ли у них основания возводить величественный, хотя и алиноватый, мемориал?

Начинали «ЛЗ» обычно: в 1968 году лондонский гитарист Джимми Патрик Хейдж — тогда ему было 23 года, и он уже был довольно известен как «сессионный музыкант, то есть музыкант, работающий в студиях транзакции с самыми разными солистами, решает организовать свою собственную группу. После долгих поисков он приглашает в нее бас-гитариста и пианиста Джона (21 год), ударника Бонхэма (19 лет) и вокалиста Плана (ему тогда тоже было девятнадцать).

Теперь стоило подумать о названии. Поначалу они хотели назвать себя незатейливо — «Бешеные собаки», затем «Надувая подушку» (исходя из укоренившейся в те годы традиции «чем бессмысленнее, тем лучше»); наконец, было найдено словосочетание «Лед Зепелин» — «Управляемый Цепелин».

Старт «Цепелина» сошел с «блуждающим взрывом» в Англию, когда самым модным клубом в Лондоне стал «Марин», оккупированный «блуждающим № 1» Джоном Майалом с его многочисленными воспитанниками и старыми американскими неграми, так и не перешедшими в ряды адептов рок-н-ролла. И хотя «ЛЗ» стали одной из многочисленных групп популярного направления, их «хождение в блюз» поначалу не встретило особой поддержки. Тогда-то «цепелины» решают идти к успеху более сложным путем.

Новоспеченная группа занимает некую сумму и на свой страх и риск отправляется в турне по США. Почему по США? Формула «нет пророка в своем отечестве» применима к историям почти

всех групп: все они, следуя примеру «Битлз», «Роллинг Стоунз» и других столпов поп-музыки, ждут признания сначала за рубежом — англичане в США, американцы в Англии, а уж потом, снабженные заграничной рекламой, возвращаются к родным берегам.

Опытный Хейдж решил использовать этот ход и заодно проверить свое прочтение блюза на его родине. И, надо сказать, поступил мудро — вполне профессиональные музыканты, они быстро завоевали популярность и приемышу прессу и вернулись в Англию с определенным запасом «очков». Это позволило «ЛЗ» заключить контракт с лондонской фирмой «Атлантик» и выпустить свой первый альбом. Выход его в свет был приурочен к началу второго, уже вполне «легального», американского турне в феврале 1969 года. В альбом вошли проверенные номера других групп, поскольку новых песен и характерные для хейджеского «нового прочтения» блюзы. Лучше всего тогдашнюю манеру игры ансамбля иллюстрирует композиция «Ошеломленный и смелый». Обычный блюз на 4/4 доведен здесь до полной неузнаваемости. Тема, играемая в унисон гитарой и бас-гитарой, приобретает неимоверную тяжесть и тягучесть, оказывая прямо-таки гипнотическое воздействие; гитарные импровизации Хейджа по звучанию напоминают скорее искаженную «пространственную музыку» Дж. Хендрикса или «Пинк Флойда». Другим считавшимся теперь классическим номером с первого альбома стала песня «Обрыв связи». Именно ей, а не блюзам, суждено было определить дальнейший курс «Цепелина». В данном случае «пластической операции» подвергся уже рок-н-ролл. Но об этом чуть позже.

«ЛЗ» отправляются на вторые гастроли по США. Они прошли весьма шумно, и группа получила свой первый золотой диск. Но и это не распеваало отечественных любителей поп-музыки.

По результатам проведенной в середине 1969 года ежегодной анкеты журнала «Мелодия мейкер» «ЛЗ» не вошли в список популярных групп, и максимум, чего они достигли, — это третье место в списке ансамблей, «поднимающих надежды».

Прошло, однако, буквально полтора месяца, и ситуация изменилась коренным образом. В октябре выходит в свет «Лед

Зепелин-1». В песнях второго диска группа совсем отошла от блюзовых тем и занялась обработкой рок-н-ролла. Эта новая модель получала название «хард-рок», то есть тяжелый, интенсивный рок. Нет смысла, по-моему, описывать эту музыку, поскольку основная ее характеристика содержится в самом названии. «Оставляя любовь», «Моби Дик», «Разбивающий сердца» — типичные экземпляры хард-роковой коллекции, а «Многомного любви» стала общепризнанным гимном этого течения.

С легкой руки «Лед Зепелин» хард-рок получил колоссальное распространение. Словосочетания «хард-рок», или «прогрессивный рок», стали чем-то вроде пошлого заклинания, открывающего путь к немедленному успеху. Дело в том, что в хард-роке был достигнут синтез двух основных направлений тогдашнего музыкального авангарда: так называемой «тяжелой музыки» (heavy music) — ансамбли «Двери», «Калевала бабочка» и много белого блюза — группы «10 лет спустя», «Консервированная жареная», «Флитвуд Мак». Таланту и изобретательности «цепелинов», несомненно, следует отдать должное, однако если бы не они, то пионерами хард-рока непременно стали бы кто-то еще — идея носилась в воздухе уже не один год. Десятилетиями группы взяли этот стиль на вооружение. Наиболее изобретательные из них приносили в «тяжелый рок» что-то свое: «Блэк Саббот» — причудливую смесь средневековой мистики и социального протеста; «Дип Перл» — интонации классической музыки; «Атомик Рустер» — джаза. Совсем уж неотесанные молодые музыканты типа «Банды Динамита» налепили на гребень волны в США. Эти пытались расширить границы рока с помощью десятков тысяч ватт аппаратуры и галлонов собственного пота.

1970 год прошел в непрерывных гастролях по Европе, Америке, Азии и Австралии. В это время Джими Хейдж сделал потрясающее их английских приверженцев заявление о том, что ни одна песня «Управляемого Цепелина» не будет названа на родине в коммерческих целях как «соросанитка». Поэтому ни одна из потенциально «хитовых» песен, которых немало оказалось на пластинках «ЛЗ», «хитом» в прямом смысле слова не стала.

Так же «некоммерческие» вели себя «ЛЗ» и на концертах. Группа почти не использует световые, перотехнические и прочие эффекты; никаких кинофильмов, слайдов и пантомимы; ни висели, ни черепов на сцене, ни разбивания аппаратуры... Все члены группы относительно скромно одеты и никогда не красятся (теперь это редкость). «Мы стараемся довести до публики чистую музыку и чистую поэзию без трюков и уловок». Вскоре, со времени возникновения группы считалось, что «ЛЗ» примыкают к «подпольному» течению, — «подпольными» назывались те группы, чьи действия шли вразрез сложившемуся к тому времени немюзикальному официозу, а наиболее характерной для «подпольных» групп была как раз их антикоммерческая направленность. Так, например, «Щепетливые» отказались от 200 тысяч долларов гонорара за концерты в Бостоне, чтобы выступить на «свободном» (и бесплатном) фестивале в Бате. В другой раз группа дала концерт в Хирсоне, и весь доход от 60 тысяч проданных билетов был отдан в фонд жертв атомной бомбардировки.

Но, кстати сказать, когда слышишь, что ни на есть коммерческие группы понимают, что такие акции тоже в конечном итоге работают на популярность, и они стали отказываться — конечно, по всеуслышанию — от гонораров. Так что подобные жесты в духе «мира и любви» порой действительно только жесты.

Третий диск «ЛЗ» был не очень интересным, а четвертая пластинка лишь как бы обобщала все предыдущие их поиски, и в музыкальном отношении она не стала новой ступенью. Единственной настоящей удачей была акустико-электрическая баллада под названием «Лестница в небо». Большинство остальных композиций накопилось под уже закатывающейся звездой хард-рока.

«ЛЗ» начали сдвигать позиции. После взрыва интереса к блюзу, хард-року и вообще «тяжелой музыке» в 1968—1970 годах наиболее серьезные музыканты обратились к совершенно иному эффекту — симфоническая музыка, электронная музыка, восточная и европейская средневековая музыка. Подобный поворот произошед и в сознании публики: старше 16 лет, Физаритами становятся «Эмерсон, Лайк и Палмер», «Пинк Флойды», «Лес». К «Лед Зепелин» относятся снисходительно-сочувственно, и никому уже не приходит в голову называть их лучшей группой мира.

Сами «ЛЗ» вели себя как нельзя луч-

ше — они не раздражали критиков, не привлекали публики, они просто исчезли со сцены на полтора года. И занимались своим делом.

В спокойной обстановке «Управляемый Цепелин» записал, на мой взгляд, лучший альбом — «Дома святого». Пластинку эту постигла, однако, полная неудача, настоящий провал. Неудивительно: многомиллионный класс старых поклонников «Щепетливых» не получил и частицы того привычного, что он ждал. Ни одного «тяжелого рока», ни одного блюза, даже ни одной мелодичной баллады типа «Лестница»... Пластинка эта была гораздо сложнее и серьезнее — в структурной композиции, в которых «электрические» рокеры «эпизоды» миссионерские сменяются акустическими гитарными солами в классической манере; и какой-то странной и полной любой атмосферой, характерной для таких вещей, как «Песня останется прежней», «Песня дождя», «Над холмами и вдали», «Океан». Эту атмосферу создавали частые смены ритма, отстраненный высокий голос Плана и виртуозная игра Джона Пола Джона на меллотроне. Трудно категоризировать стиль этих песен — помимо рока, английской народной музыки, музыки барокко и Возрождения, здесь присутствуют определенные каллиграфические и даже элементы восточной музыки. Лучшая песня на пластинке, да и у «ЛЗ» вообще, на мой взгляд, «Нет пощады». Композицию характеризуют луг, умелое чередование звуков и тишины, сильная мелодическая линия и глубоко прочувствованное пение Р. Плана.

Несмотря на неудачу диска, группа предприняла новое турне по США, которое прошла с огромной помпой. Были побиты все рекорды посещаемости и доходов, установленные ранее Звизмом Пресли и «Битлз». И... «Лед Зепелин» снова исчезли из виду более чем на полтора года. А в это время в поп-музыкальном мире происходили довольно значительные изменения — возникла, развилась и стала очень модной тенденция, которую находчивые «Роллинг Стоунз» снабдили броским лозунгом: «Это всего-навсего рок-н-ролл, но нам это нравится». По сути «прогрессивный» рок 1969—1970 годов представлял собой поиск новых выразительных средств и форм и был одним из течений авангарда, то теперешнюю мутацию рок-н-ролла можно вполне назвать «регрессивной» и даже дегенеративной, поскольку провозглашался возврат к корням рока, к примитивным мелодиям и текстам. Наиболее последовательные

представители этого течения — весьма популярные сейчас группы «Доктор Филдс» и «Ша-на-на» — переносят даже внешние стили 30-х годов: шеголяют в бровках-дудочках и выдвигаются на общей косматой массе короткими запоздавшими волосами. Все это адоново отдает кичем.

К удивлению и сожалению многих, «Лед Зепелин» восприняли «новое» идеал — об этом свидетельствует их последний двойной альбом «Физические надписи на стенах». Незадолго до его выхода пресс-агентурой «ЛЗ» была развита могучая рекламная кампания, во время которой члены четверки в несвойственной им хвастливой манере провозглашали, что они не просто «случная группа в мире», но и «на голову выше любой группы, претендующей на второе место». Дж. Пейдж тем временем разрабатывал «индейную» базу нового облика «ЛЗ».

Повышенный «восторг-набего» рок-н-ролла, помимо чисто музыкальной основы (понятно какой), держится еще из трех китов: медная нагальница по эстетике и духу 50-х годов. Тут «ЛЗ», к счастью, не слишком преуспели, и даже приплемому содержится в основном в оформлении новой пластинки; ценный интерес ювенильного рода патологиям, болезненным наклонностям, восторг и т. п. Здесь «Щепетливые» расстарались. Достаточно прочесть названные песни: «Растоптанный поганки», «Слова мутны»; и, наконец, секс. Как вид 30-х, не много нового.

Из пятнадцати песен альбома впечатляющие прозвучали, пожалуй, только одна: «Растоптанный поганки». Это весьма энергичный номер с заметным влиянием «стиля соул». Сейчас его прочтут в новой «стихи» «Щепетливых» — вместо «Многомного любви». А все остальное — лишь набор трехаккордных рок-н-роллов, акустических пасторалей и баллад с неопознанными пошлостями битловскими нотациями. Удручающе. Если попытаться одним словом охарактеризовать последнюю пластинку «Лед Зепелин», то этим словом будет «адекватно». У группы нет ни позитивной, ни негативной программы. Эти и не единственные недостатки — в стиле пятого диска. Унадох, апатия, безразличность. Похоже, «Щепетливые» просто устали. Что пытаться утверждать новые «ЛЗ», я, право, определять не берусь. А раньше? Что ж, на первых своих пластинках «Щепетливые» утверждали энергию, молодость. Многомного любви еще не было растоптано поганки.

ВЛАДИМИР ДМИТРИЕВИЧ ОСИПОВ

Мартовский номер «Ровесника» уже ушел в типографию, когда пришел горючее известие — умер Владимир Дмитриевич Осипов. «Ровесник» по праву гордится и гордится тем, что в списке членов его редакционной коллегии значился с июля 1974 года стояло имя этого прекрасного человека. Крупный журналист-международник, знакомый всей стране по блестящим статьям и очеркам в «Известиях» и других центральных изданиях, по глубине аналитическим обзорам в телевизионной программе «Международная панорама», он всегда охотно выступал в юбилейской печати. Без лишнего угора и ссылок на занятость Владимир Дмитриевич был из нас до последнего труда сотрудничества в «Ровеснике». Его материалы — об этом говорят и письма читателей — стали украшением многих номеров нашего журнала. Каждую свою статью Владимир Дмитриевич писал так, словно писал в последний раз в жизни, то

есть выкладывался весь, без остатка, поражая коллег работоспособностью, силой и отточенностью слога, глубиной мысли. Но рядом с этими талантами в нем всегда жила естественность и простота еще один — талант человеческого скромности... Смерть застигла этого замечательного журналиста из боевого полета. Последняя статья коммуниста В. Осипова для читателей «Ровесника», опубликованная в нашем январском номере, была посвящена партийной теме — главной в его творчестве. В ней журналист с 25-летним опытом работы в международной тематике был разгадан о сложнейших проблемах современного мира. Смерть отняла у нас прекрасного, душевного человека, умного собеседника. Но она не в силах отнять у нас память о Владимире Дмитриевиче Осипове и его творчестве.

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА «РОВЕСНИК»

Главный редактор А. А. НОДИЯ.

Редакционная коллегия: В. Л. АРТЕМОВ, С. М. ГОЛЯКОВ, И. В. ГОРЕЛОВ (зам. главного редактора), О. А. ГОРЧАНОВ, В. В. ГРИГОРЬЕВ, М. А. ДРОВЫШЕВ, В. П. МОШНЯГА, Б. А. СЕНЬКИН, С. А. ЧИБИРЯЕВ.

Художественный редактор О. С. Александрова.

Оформление А. В. Громова.

Технический редактор В. Н. Савельева.

Адрес редакции: Москва, 103104, Спирidonьевский пер., 5. Телефон 290-36-55. Рукописи не возвращаются. Переписка материалов разрешается только со ссылкой на журнал.

Сдано в набор 17/II 1976 г. Подп. и печ. 26/II 1976 г. 404053. Формат 80х90. Печ. л. 3. Уч.-изд. л. 3.2. Тираж 470-600 экз. Цена 20 коп. Заказ 222. Типография ордена Трудового Красного Знамени изд-ва ЦК ВЛКСМ «Молодая гвардия», 103030, Москва, К-30, ГСП-4, Суздальская ул., 21.

Публикации журнала «Контркультура»

«Из грязи в князи», «Контркультура» (№1, 1990 год)



...

«PINK

Приехали, как известно, без отпавшего Уотерса, с молоденьким волосатым басистом, просто взлетающим от счастья, что играет в ПИНК ФЛОЙДЕ. Планировались числа с 3 по 7, но концерт 5 был перенесен на 8 – в знак памяти жертв железнодорожной катастрофы под Уфой.

Во время исполнения "MONEY" русские ма-ни бросали на сцену пригоршни мелочи, буквально осыпая группу серебром. После концертов флойдые ползали по полу, зачем-то всю эту мелочь подбирая.

В партере звук был чудовой. Весь саунд был, впрочем, весьма имперсонален: Мэйсона страховал целый лес барабанов с двумя ударниками, Гилмора – второй гитарист, Райта – соотв., второй клавишник. Всего на сцене фигурировало 9 человек /еще сакс с волосьями/, + три мулатки в красных мини-платьях и черных чулочках, хором имитирующие незабвенные вокализы Клар Торри с "Дарк Сајд".



...

сказать ничего.

ПОТЕРТЕЙСТ - группа п/у
рого обелисковца М.Свет-
ра. Мягко говоря, не очень
прого.

МОСТ - тоже довольно пос-
твенная команда, но хотя
темпераментная. Звук на-
лько отвратен, что стиль
вется за семью печатями.
зи предполагали тяжелый

НОЧЬ - старые химкинские
стеже. Имидж - в ноль сня-
КИСС, хотя музыка - своя,
вольна спокойная анд мелю-
нная. Урла прямо на сцене
талась содрать с гитариста
ень крутые драконьи сапо-

МАФИЯ. Очень скучно. Кра-
алло, впрочем, очумел от
тних металлов, поваливших
спену табунами. "Надо бы-
их всех сапогом в репу,
больно много их было. Я
аялся", - выдавил он по-
выступления.

МИКОС - как обычно, пра-
без барабанщика - под



"ВВ" появились на обломках хэви-металлической группы "SOS", в которой играли Юра Здоренко /гитара/ и Шура Пипа /бас/. В начале 1987 года к ним присоединился баянист Олег Скрипка. Олег учился на радиотехническом отделении Политехнического института и принимал участие в факультетской художественной самодеятельности. Несколько раз прослушивался в разных группах, однако вокалистом его никто не брал. Так баянист Скрипка попал в "ВВ". На квартире у Здоренко они записали "демонстрационный тейп" - "Хай живе "ВВ". В сентябре 1987 г. в группу пришел барабанщик Сергей Сахно и таким составом "взвешники" вышли на "Рок-Парад" - первый фестиваль-смотр киевских групп. Лавровый венок и приз "Лучшая группа года города Киева" достались "Воплям Видоплясова". Далее были совместные концерты с московским "Ва-Банком", серия выступлений в рамках сборных рок-клубовских концертов, потом - уход из рок-клуба и создание вместе с "Коллежским Ассессором" и "Работой Х0" творческого объединения "Рок-Артель".

Что же такое "Вопли Видоплясова"? "...это был самый напыщенный вздор, писанный высоким лакейским слогом", - так характеризует Ф.Достоевский первые "Вопли Видоплясова", со-

• ВОПЛИ ВИДОПЛЯСОВА: Юрий Здоренко /гитара/,
Олег Скрипка /баян, вокал/

120

зданные еще в середине прошлого века /см. "Село Степанчиково и его обитатели"/. Киевская группа, играющая нечто близкое к панку, избрала себе такое классическое название.

"Когда-нибудь их назовут "классическим укропанком", - сообщил недавно официальный журнал "Комсомольская жизнь". Так что у "взвешников" классическое не только название, но и потенциал.

К вопросу о стиле. Появился местный вариант вознесенковского "постпикнфлойда" - "театрализованный постпанк, похожий на оживший сумасшедший дом с украинским сельским уклоном".

С мая 1988 года начинаются гастрели. Первая поездка - Вильнюс, "Рок-Форум-88". Группу заметили, отметили и... пошло-поехало: Москва /концерты "Рок-Артели" в ДК им. Горького-ва/, съемки во французском видеофильме "Рок в СССР", клипе "Танці" для программы "Взгляд", осень 1988 - участие в фестивале "Звезды-88, Киев", потом Москва - "СыРОК" и "Интершанс", 1989 - Польша, гастрели по городам и весям страны, совместное выступление в Москве с "World Domination Enterprises".

В апреле 1989-го из группы уходит Сергей Сахно и его место занимает экс-барабанщик "Квартиры № 50" Олег Комиссаренко. В таком составе "ВВ" отыгрывают концерт с американской группой "Sonic Youth", а в июле вместе с "Коллежским Ассессором" и "Братьями Гаджаниными" /Львов/ едут в Польшу.

А недавно пошли слухи, что итальянская культурная организация "Алькатрас" желает написать к себе в Рим с концертами ленинградцев - "Кинс", москвичей - "Звуков МУ" и киевлян - "ВВ". /Слухам - бой: Италия накрылась ТЕЛЕВИЗОРОМ - ред./

ДИСКОГРАФИЯ: "Хай живе "ВВ"!"/1987/ - квартирный альбом;
"Танці"/1989/.

Публикации «Музыкальной газеты»

«Смяротнае вяселле», «Музыкальная газета» (№2, 1996)



Ляпис Трубецкой

Смяротнае вяселле

Минск. Дворец Профсоюзов. 4 октября 1996 года. Пятница, 20.00. А народу то... Eleven, twelve! В партере — люди, на балконе — люди, в проходах — опять-таки. И все молоды, и все веселы. На сцене Ляпис Трубецкой. Впрочем, извините, обознался. На сцене девушка с крупными формами исполняет танец живота. Посвистывают зрители. Более современного искусства требуют. Честно протанцевав 5 минут, балерина покидает сцену. Эх, не ценит концептуализм минская молодежь! После краткой вступительной речи продюсера "Ляписов" Евгения Калмыкова наконец-то появляются кумиры и властители дум. Галерка приветствует их исполнением гимна "ВИА Ляпис" (слованародные, музыка Queen). С первых тактов "Чаечек" юные зрители вскакивают с мест, самозабвенно подпевая и подтанцовывая своим любимцам. Из-за слабоватого звука пение фанатов порой почти заглушало музыку, что в сочетании с оригинальным световым решением -- хаотичным кружением лучей двух прожекторов над ярко освещенной сценой — создавало полное впечатление сельской дискотеки. Вот это действительно концептуальное шоу! И, что характерно, без особых материальных затрат. Эмоциональный накал, с которым публика принимала старые и новые хиты, не ослабевал на протяжении всего концерта (который длился почти два часа). Зрители подпевали, танцевали и качались в такт музыке, хлопали в ладоши, топали ногами и кричали "ВИА Ляпис!". "Ну разве может хоть один сердечный айсберг остановиться перед этим шквалом таких огнедышащих парней?!", — заметил по этому поводу Михалок. И тепло растаявших айсбергов еще больше накаляло атмосферу на сцене. Вовремя исполнения песни "Евпатория" огнедышащий Сергей так разошелся, что упав в музыкальном экстазе на колени, порвал свои шикарные белые штаны. Ляпис Трубецкой сейчас в отличной творческой форме. Состав, наконец-то, укомплектовался "на все сто". Духовые и скрипки, наряду с традиционным аккордеоном, придают саунду самобытность. Новые песни менее "шлягерны", но зато радуют текстовым разнообразием. Если раньше герои Сергея Михалка только и делали, что веселились и любили друг друга, то в новых вещах ("Слепой гусяр", "Про летчика и моряка") любовь жестока, а свадьба ("вяселле" — бел.) и вовсе смертельна. Песня о зиме вообще поражает воображение депрессивными настроениями, не свойственными этому задорному коллективу. Впрочем, нашлось место и для откровенного веселья. "Карнавал", которая исполнялась на польском языке, запомнилась безапелляционным утверждением, что "кукарача — польские буги-вуги". Не была обойдена вниманием родная мова: "Як у лесе мы были з падругамі" вполне могло быть рекомендовано для разучивания на уроках пения в младших классах белорусских язычных школ, если бы только сюжет ее (ночью в лесу волки съедают девушек) не был бы столь опасен для неокрепшей детской психики. Ляпис Трубецкой — несомненно самая популярная молодежная группа города. И, думаю, любой из тех, кто видел грандиозную "давку" в зале за право скорее прорваться к выходу после концерта, безоговорочно согласится с этим.

Музыкальная газета

статьи

Нейро Дюбель

Охотник и сайгак

(p)&(c) 1998 ПанРекордз 14tk/45mins

Экологически чистый альбом минской группы НЕЙРО ДЮБЕЛЬ начинается со вступительной речи, в которой провозглашается крестовый поход против охотников и их семей. Но не все так страшно и кроваво, битва будет, но будет на вербальном уровне.

"Дюбеля" стали играть пожестче, поплотнее и покрасивше. Вместе с традиционно безупречными гитарными линиями на альбоме позволено и клавишнику команды Максу Ивашину продемонстрировать многое из того, чему его учили в музшколе, и в композиции "Счастье" наблюдается прямо-таки бенефис этого картингиста, музыканта, журналиста и человека. Если принимать в расчет, что данная работа вторая в предполагаемой трилогии, то корни ее следует искать в части первой — "Жестоком самоубийстве универсальной нарезкой Бернера". Потому, как мне показалось, некоторые песни двух альбомов в музыкальном отношении местами достаточно близки между собой. Сделано ли это специально или так получилось, не знаю. Вообще стоит сказать, что "Охотник и сайгак" в отличие от предыдущей работы коллектива вышел более хитовым, по крайней мере пяток композиций обязательно будут на слуху — "Трамвай", "Неуклонно стервенею", "Суслики-убийцы", "Переехала комбайном" и акапелльный вариант знаменитой "Петровой" (новая редакция, на мой вкус, чуть великовата). Да и ураганные "Дети" ("Не ходите, дети, в Африку гулять") пойдут "на ура".



Альбом достойный, он понравился мне гораздо больше, чем "Самоубийство", но все же не покидает ощущение отсутствия былой, года три-четыре назад имевшей быть фирменной "дюбелевской" легкости. И поэтому разговоры о возможных сольных проектах участников НД представляются логичными и своевременными; может быть, действительно музыкантам группы стоит поискать вдохновение на стороне, но при этом ни в коем случае не надо и разбегаться насовсем, ибо... Да что там говорить! Это один из лучших на сегодняшний день панк-составов во всем бывшем Союзе, с присущим только ему особым драйвом, без труда раскачивающий любую, самую мертвую публику, имеющий в своих рядах настоящего лидера, белорусского фронтмена номер один Александра Куллинковича. Корону НЕЙРО ДЮБЕЛЮ, корону!

Пикник
ПИКНИК



В середине января в Минск неожиданно нагрянула питерская группа ПИКНИК, совершающая концертный тур по пятидесяти городам СНГ и не так давно уже побывавшая в столице Беларуси, открыв этот самый тур. Отыграв ночник в "Макс-шоу" и попытавшись выспаться к двенадцати часам дня, лидер ПИКНИКА Эдмунд Шклярский (Ш.) и директор коллектива Виктор Грицаенко (Г.) приняли в предоставленных организаторами их выступления "апартаментах" корреспондента и фотографа "МГ", дабы "пообщаться за жизнь".

...

— А забавное что-то было?

Г. — Чем дальше мы "турим", тем все забавнее становятся поездки в поездах (это одна из причин, почему мы стали делать перерывы между концертами). Все больше веселых казусов, которые веселыми становятся потом... С поезда пытаются высадить... И не потому, что мы такие жуткие алкоголики и дебоширы.

...

— Чем-нибудь еще из баек ПИКНИКА угостите?

Ш. — Есть несколько человек, которые усложняют ПИКНИКУ жизнь. У нас записан альбом "Вампирские песни", и они зацепились за это название и решили сделать интересные для них съемки, увезти нас на кладбище ночью. Мы им говорим, что это совершенно не наша эстетика, такая кладбищенская.

Наш космас

Народная песня як тэрапія

Нават у сучасным свеце песня ідзе побач з чалавекам. Нягледзячы на ўзрост і нацыянальнасць, мы з трымценнем ставімся да музыкі, надаем ёй сімвалічнасць і звязваем з пэўнымі перыядамі жыцця. Сёння ў слухача ёсць магчымасць выбіраць і віды, і жанры музыкі, але народная песня вылучаецца з гэтай разнастайнасці і мае неверагодна моцнае ўздзеянне на свядомасць. Вось чаму гэтая традыцыя зараз вяртаецца.

ГЛЫБОКАЯ ФІЛАСОФІЯ

Адрэн з такіх «адраджэнцаў» — праект «Снежны сход», які кланціцца пра тое, каб мы вучыліся спяваць родныя песні, незалежна ад навабнасці музычнай адукацыі. Пачыналася ініцыятыва менавіта так: людзі спявалі народныя песні разам. Але з гадамі «Снежны сход» ператварыўся ў нешта большае: акрамя задавальнення, удзельнікі атрымліваюць і зваротную сувязь, і мінімальную музычную падрыхтоўку. Кіруючкі праекта Сяргей Доўгушаў адзначае, што ідэя ініцыятывы не змянілася — толькі ўдасканалілася: «Задача застаецца: назнаёміць людзей з беларускай песняй і паспяваць усім разам. Зараз праект набывае іншую форму, сустрачкі сталі тэматычнымі. Хацелася б рабіць мультыаспектныя сходы — напрыклад, песні розных стагоддзяў, але і сённяшнія, на календары. Мы будзем запрашаць пэўнага гэтага творца і набліжаць слухача да традыцыйных спяваў».

Наступны «Снежны сход» адбудзецца 2 красавіка: будучы сустракаць вясну. Арганізатары абяцаюць не толькі вакалатэрапію, але і адукацыйныя выгоды з пазнакай: «граматыка» і «госць». Пад выглядам граматыкі ўдзельнікі будуць выконваць практыкаванні па паліграфічнай тэме і пастаючы дыхання, а ад госця атрымаюць майстар-клас.

Народная музыка — гэта добры падмурак для музычнай творчасці. І для гэтага ёсць падставы: на гэтым «серні» можна зрабіць самыя розныя песні. Аўтар праекта лічыць, што менавіта аўтэнтычнымі спевамі, адметнымі каранямі і мовай беларусы могуць быць цікавыя ў нашых дзеньках. І нам ёсць, чым пахваліцца, дадае Сяргей Доўгушаў: «Я думаю, калі б быў календар з беларускімі народнымі песнямі, то ў ханіла б нічога на годоў 200. Тыя ж самыя вясняныя песні, калі спяваць іх раз на год, будуць кожны раз рознымі. Бо нават у адной вёсцы знайдзецца каля 50 вясняных песень». І так з кожным сезонам, з кожным святам, з кожнай тэмай.

«Снежны сход» абірае розныя тэмы, іх багата. Сяргей плануе зрабіць сустрачкі з беларускімі зоркамі па іх песнях, таксама ёсць тэма Радзіваў і беларускай оперы. Знайсці песні сёння — не праблема. Шмат запісаў зроблена спецыялістамі з Акадэміі музыкі, Акадэміі папук, Студэнцкага этнаграфічнага таварыства, іншымі фалькларыстамі. Ці нават можна запісаць песні самому, з'ездзіўшы ў экспедыцыю да носьбітаў традыцыі. Сяргей Доўгушаў кажа: «Я выкарыстоўваю тыя песні, якія знаходжу сам. Мне гэта блізка і цікава, я ведаю, якія гучаць, і заўсёды можна будзе параўнаць пазнае выкараненне з выкананнем носьбітаў. Канечне, далучаюцца і госці: у іх свае архівы, свае запісы».

Народная песня, на жаль, сёння не набывае такой папулярнасці, як музыка сучасная. У фальклорнае моладзь



Падчас прэзентацыі зборкі «Песні матчыны з Вушачыны».

за аўтэнтыкай не ходзіць. Сяргей мяркуе, што склаўся стэрэатып, што там сумна і несучасна: «Народная песня стала штэмпам для моладзі. Я сам выступаў у школах, знаёмым дзяцц з традыцыйнай культурай, таму ведаю гэта дакладна. Ды і традыцыйныя спевы сёння пачалі выходзіць на сцэну, зрабілі іх нейкай забавай. У нашай песні шмат жанраў, шмат настрою — гэта філасофія і глыбіня, наш беларускі космас. Атрымалася, што псеўдапапулярызаванне зрабіла з кантоўнай традыцыйнай песні прамітыўны прадукт замест сапраўднага народнага творца. Але гэта калі ўжо адыходзіць, і наша задача — паказаць іншы бок аўтэнтыкі, а не проста знаёміць з песняй».

ПЕРШЫ КРОК

І ў «Снежнага сходу» гэта атрымліваецца: збіраецца аўдыторыя не менш за 100 чалавек, а на апошняй сустрачцы наогул прышлі 300. Ішчы большыя паліграфічныя будзе, калі пачнуцца вылучыцца спевы на вольным наветры. Што да аўдыторыі, то яна пельмі розная, адначасна Сяргей Доўгушаў: «Цікава, калі на сходы прыходзіць не толькі дарослая, але і маладая, не толькі «людзі ў тэме», але і не звязаныя з гэтым удзельнікі. Былі нават такія, хто зусім не цікавіцца народнымі песнямі, але яны зрабілі першы крок да знаёмства з традыцыйнай культурай. Прыемны момант, што тыя, хто прыходзіць, проста паглядзець, пачынаюць далучацца. Яно і зразумела, бо такан тэрэіа: разам спяваць, не так страшна, тут усё проста: чым больш людзей, тым смялей спяваецца».

Асабіста «Снежнага сходу» найверш у тым, што людзі тут робяць канцэрты разам — і слухачы, і музыканты. Мяжа паміж тым, хто для гэта дае канцэрт, знікла. І гэта дае такое прыемнае адчуванне аднасіці. Сяргей кажа, што нават адчуванне спаей паці: «Не адзін я заўважаю тыя моманты, калі натоўп спявае песню акампаньіруючы на музыках, і сапраўды існуе разуменне таго, што ёсць беларусы, ёсць пацыя. Песня можа быць і не народная, але трэба вызначыць, што гэта за песня. Вось вынадак, калі ладзіўся фестываль «Камініца», было шмат людзей. Алег Хаменка тады прапанаваў эксперымент, які мне падаўся немагчымым, а нотым стаў чудам: відомую «Куцалішкі» мы прапанаваў праспяваць людзям. Так і адбылося, нягледзячы на тое, што экран, на якім трансляваўся тэкст песні, знамаўся, людзі працягвалі спяваць усе разам. Мы не былі гатовыя да такога,

але ў той момант ад гэтай аднасіці гукі і голасы пачалі надступаць, слёзы».

На жаль, у нашым грамадстве страчана культура аднасіці праз песню, яе трэба вяртаць. Прузіны ў гэтым сэнсе паказваюць прыклад: могуць наўпрост заспяваць народны твор нават у кафе. Сяргей Доўгушаў хоча змяніць стаўленне і да спяваў, і да выканання песні, але спачатку трэба назнаёміць чалавека з гэтым творам і выклікаць у яго пачуццё гонару за песню: «Трэба вяртаць традыцыі мінулага. Калі я бачу, як хлопцы спяваюць, мяне гэта ценіць, бо зацікавіць народная песня хлопцаў складаецца, чым дзіўчаць. Раней спявалі ўсе і не саромеліся. Тая пераемнасць, якая была натуральная, калі спявалі бацькі і дзеці, павінна, на мой погляд, быць і цяпер, каб наўсёль можна было пачуць традыцыйную песню».

ЧАС ЭКСПЕРЫМЕНТА

Адным з самых гучных праектаў «Снежнага сходу» апошнім часам лічацца «Песні матчыны з Вушачыны» — прысвечаны Рыгору Барадуліну. Прэзентацыйны альбом адбыўся ўжо на некалькіх канцэртах, але Сяргею Доўгушаў ужо хочацца працягнуць. Зборнік нарадзіўся з песень у выкананні Барадуліна, запісаных Алесем Камюцін, і маленькай кніжачкай, пазна якой стала і назвай альбому: «У мяне была думка, што трэба патхніцца песняй, прапусціць яе праз сябе і стварыць пераасонаваную версію. Менавіта так і зрабілі: пражылі гэтыя песні і атрымалі новы твор. Не было ніякіх межаў, таму кружэлка атрымалася эксперыментальна: дэсціці — аналігд, дэсціці — акадэмізм ці рок. Рабілі так, як адчувалі».

Песні ў альбоме ў асноўным абрадавыя. Музыканты выбіралі іх самі. Дзя адной з песень аранжыроўку рабіў малады беларускі кампазітар Канстанцін Яскоў, а ў выкананні хору «Sahularts» яна гучыць духоўна і моцна як гімн, а ў арыгінальнай версіі — больш сціпла. Як і, напэўна, усе астатнія песні. Але Сяргей кажа, што перш дарэўноўнаць не варта: «Калі я сам пачаў шукаць песні, прышло іппае стаўленне да іх. Але ёсць і галоўны вораг — адантанцыя песні, каб яна была зразумелая. Нахладзець эстрадны рытм на аўтэнтычны твор — лязом па сэрцы. Самі носьбіты кажучы, што так не спяваецца, атрымліваецца сапсаваны твор. Але ёсць шмат добрых прыкладаў: у творчасці Мусаргскага ёсць народная песня, Манюшка ўкладваў у свае творы беларускія традыцыйныя песні. Я лічу, гэта вартая, глыбокая і пераасонаваная праца. Тое ж самае атрымалася і ў нас».

Песні беларускую народную песню ў свет — справа адказная. Выбіраць, якой яна атрымалася, — арыгінальная ці пераапрацаваная, павяся ці сумная, будучы самі музыканты, а сцэна ўдзельніцаў «Снежнага сходу» — патхніцца і спяваць. Угадваючы гадзі існавання ініцыятывы, пемагчыма не успомніць і супольныя праекты, напрыклад, «Народны альбом», але лепшым з супольных праектаў Сяргей Доўгушаў лічыць сам «Снежны сход» — вось такі патрыятызм: «Я б хацеў працягнуць. Для мяне гэта лепшы праект, калі не адзін чалавек ўдзельнічае ў агульнай вялікай справе. Спавядуюся, што ў нас атрымалася зрабіць гэтую ініцыятыву сапраўдным святам песні: хочацца зладзіць «Снежны фест», дзе б наступалі ўсе, хто калісьці ўдзельнічаў у «Снежных сходах», і выдаць «Снежнікі з тэкстамі народных твораў і фанатграмі, каб кожны мог заспяваць народную песню дома».

Маргарыта ДЗЯХЦЯР

Гармонія працы

Многія музыканты гавораць, што любяць музыку, распаўсюджаюць пра тое, як моцна. І толькі некаторыя ў гэтай любові прызнаюцца. Міхаіл Фінберг, які, дарчы, святкуе ў лютым юбілей, кажа, што музыка — яго адзіная любоў.



Зараз імя Фінберга стала сімвалам беларускай папулярнай музыкі. Ён кіруе вялікім калектывам, лічыцца карысцем беларускай эстраднай музыкі. Удзельнічае ў эвазіі, якімі ўдзяраюцца Фінберг, можна пералічыць: бясоньца, народны артыст Беларусі, Канцлер ордэна Францыска Скарыны, уладальнік «Зоркі Міхаіла Фінберга» на Алеі зорак у Маскве... У лютым за спэ-

дасцігненні ў музыцы майстра стаў ганаровым грамадзянінам Мінскай вобласці. Міхаіл Фінберг амаль 30 гадоў працуе з

заслужаным калектывам — Нацыянальным акадэмічным канцэртным аркестрам Беларусі.

Міхаіл Фінберг нарадзіўся ў сям'і, якая не была звязаная з музыкай. Але яго з маленства да музыкі цягнула: дырыжор часта ўзгадвае, як бегаў за іменным аркестрам. Бацька аддаў хлопчыка ў музычную школу, якая стала першым крокам да дырыжорскай працы. Міхаілу Фінбергу было 22 гады, калі ён трапіў у аркестр беларускага цырка. Музычным выхаваннем ён абавязаны і ўрокам, што атрымаў на гэтай працы.

Музыка як сэнс жыцця Фінберг выбраў сам. І заўважае, што пра гэта не п'якуе. Часта музыкант адзначае, што музыка трэба прысвятціць, каб працаваць, штодзённая рэч, а галоўнае — любіць. З усімі гэтымі заданнямі справіўся на выдатку. За гады працы Міхаіл Якаўлевіч наважыў вялікі досвед, прыклаў неверагодную колькасць намагаўняў для таго, каб беларуская музыка была яркай і называлася. Яго любімым дзіцем і сёння застаецца канцэртны аркестр.

Гэтае «дзіце» дапамагло Міхаілу Фінбергу папулярнаваць родную песню: разам з гэтым калектывам ён пачынаў фестывалі, якіх прывёў усе падарожжы як «Славянскі базар у Віцебску», дагэтуль робіць. Нацыянальны фестываль беларускай песні і паэзіі «Маладеччына», Міжнародны фестываль «Джэз у Мінску».

Дзякуючы яго імёту мыма гарады Беларусі займалі камерныя фестывалі. Але адметнасць працы калектыву, якім кіруе Міхаіл Фінберг, у тым, што ён стварае праграмы, прысвечаныя класікам беларускай літаратуры. Такім чынам, дзякуючы яго ідэям складаецца спецыяльная анталогія беларускай эстраднай песні.

«Мастра жыццёва гук» (а менавіта так называюць Фінберга) працягвае з'яўляцца да народнай песні, шукае новае ў музыцы і новае імя для сямі. Яго творчыя дасягненні не падлічыць абывацкімі ні беларускімі, ні расійскімі, ні іншымі замежнымі слухачоў. А Фінберг не лічыць гэта чымсьці звышнатуральным: усе ж поспехі нараджаюцца ў першую чаргу з любові. А яшчэ дзякуючы бясстрашнаму працы — вось гэтую рэчнт музычнага поспеху ад майстра.

Маргарыта ДЗЯХЦЯР

У атмасферы сімфаджаза

Дзміс Мацвееў адзін з тых шматлікіх, якіх актыўна гастролююць. Ён выступае на адной сцэне з сусветна вядомымі амерыканскімі, немцамі, французскімі, брытанскімі калектывамі. У Мінск музыкант вяртаецца з новай праграмай і выступіць разам з Дзяржаўным сімфанічным аркестрам Беларусі. Канцэрт «Класіка і джаз» адбудзецца ў Палацы Рэспублікі 19 лютага.



Народны артыст Расіі Дзміс Мацвееў асацыяваецца з традыцыямі рускай фартэп'янай школы, неспарадчна якая канцэртных праграм, а таксама з новымі творчымі канцэпцыямі і стылістычнымі інтэрпрэтацыямі. Яго называюць адным з самых цікавых сучасных рускіх піяністаў. Для яго музыка была прызначэннем. Музыкант ўзгадвае, як у 3 гады ён без нот выкапаў вядомую кожнаму мелодыю з праграмы «Врэмя». Бацька Мацвеева адразу зразумеў, што звязецца з музыкай Дзміс пачаў з малым.

Пасля перамогі на конкурсе імя Чайкоўскага гэта зразумела ўсе. Дзміс не толькі папулярнае фартэп'янае музыка срод тых, хто ўжо любіць, але і спрабуе захаваць тых, хто не ведае, што гэта. Мацвееў працуе ў гэтым напрамку з моладдзю і падлеткамі. Фестываль «Зоркі на Байкале». Таксама піяніст з'яўляецца арт-дырэктарам фонду імя Сяргея Рахманінава, дапамагае ў арганізацыі конкурсу маладых піяністаў «Astana Piano Festival» і DEBUT. Ён з'яўляецца ўвагу і на талент юнага піяніста з Беларусі Вячаслава Хандогі.

Зараз музыкант дае больш за 200 канцэртаў у год, а гастролны графік распісаны на некалькі гадоў наперад. Наглядчыца пра тое, што ў творчасці Мацвееў ужо даўно стаў «сваім», хвалявае перад выступленнем яго не падкае. Музыкант кажа, што хоць і часа сустрачы з мінскай публікай, але адчувае адказнасць, таму вельмі пэрававаць стандарты да сваіх канцэртных праграм: хоча адзіноч. публіку, якая чула яго выступленні ўжо не адзін раз.

Чарговы канцэрт у Беларусі музыкант хоча зрабіць нечаканым для публікі: канцэрт-сюрпрыз у атмасферы сімфаджаза. У першым аддзяленні Мацвееў выкажа «Канцэрт № 1 для фартэп'яна і аркестра» Чайкоўскага, а ў другім — «Рансоды і блакітных тапак» Гервіліна з уверцюрай-фантазіяй Чайкоўскага. Дырыжыраваць аркестрам будзе заслужаны артыст Расіі Юрый Ткачэнка.

Маргарыта ДЗЯХЦЯР

Блаславёная опера

«Сівая легенда» як гімн любові: з Божай маці і па-беларуску

Гэтая опера на беларускай мове ў рэжысуры Нацыянальнага акадэмічнага Вялікага тэатра Беларусі з'явілася чатыры гады таму. Ідэя гэтага оперы прыйшла да Фінберга, які гатовы хадыць на спектакль некалькі разоў. Але мінскі гэтага твора яшчэ і асветнае: уводзіць у свет беларускай культуры, даючы да ве нават праз складанне і высокае опернае мастацтва.

Таму опера «Сівая легенда» стала фактычна асобным спектаклем, які ініцыяваў асветніцкі дадатковыя вынікі і акцыямі, якія б працавалі на карысць культуры, тэатру і папулярнасці культуры. Напрыклад, 14 лютага перад спектаклем адбыліся спецыяльныя прэс-канцэртныя праграмы, каб падрыхтаваць публіку да прыслухоўвання сур'ёзнай музыцы сучаснага беларускага кампазітара Дзмітрыя Сямёльскага. У канцэрт

беларускай культуры да пачатку спектакля ўводзілі музыку з фальклорнага гурта HardWood. Гукі Сяроддзевечча стваралі пэўны настрой, з якім лепш адчуваць падзеі, адлюстраваныя ў оперы. Караткейным, які сам напісаў лібрэта оперы. Але, здаецца, найважнейшыя сілы на баку гэтага твора: у фазе толькі на адзін вечар быў выстаўлены цудоўны афармленне Вялікай Божай маці — копія, створаная ў XVIII стагоддзі. «Гэта адзін з тых рэдкіх выпадкаў, калі мы вывезлі афармленне з музея, таму што такія творы трэба захоўваць у пэўных умовах», — натлумачыў Барыс Лазука, дырэктар Музея старажытнай беларускай культуры Акадэміі навук. — Але афармленне стваралі для людзей, каб яны мелі лх іх атрымаць сілу, па-ноўніца добрымі думкамі,

адчуць Боскую прыгажосць, прайсці да разгалі пра нешта».

Да гэтых жа думак сфармуляваў і твор Дзмітрыя Сямёльскага і Вялікай Божай маці. Дзея, што пачалося з фазы, арганічна спалучалася з падзеямі, што потым адбываліся на сцэне. У антракце людзі надыходзілі да Вялікай Божай маці і крыху ўздымалі над драматычным сюжэтам твора, дзе героі прайшлі да аднаго. «Усё пачынаецца добра, калі ёсць любоў», — супакоіла спадарожніцу ўсёй гэтай Божай Маці з афармлення, які адлюстравваў пануючы правадаўства і каталікі. Вельмі дораць у канцэртне фіналу оперы. І прыклад таго, як розныя спосабы дапамагаюць дадуць да музыкі беларускіх кампазітараў.

Марыя АСПЕНКА

Вялікае вяртанне

Бах, Вайнберг і класічныя джазавыя стандарты для аркестра — у адным канцэрте. «Ад Баха да джаза» Дзяржаўнага камернага аркестра Рэспублікі Беларусі — чарговая нагода пачуць не толькі вядомую класіку, але і дэманстрацыю да мастацтва джаза і шматлікіх апыненняў у Нью-Ёрку.

Пачатак вечара пройдзе пад знакам класіцы: выдатнае расійскае класіфікацыя, выкапаўца старадаўняй музыкі Волга Мартынава пачынае публіку з творамі розных эпох — ад XVIII да XX стагоддзяў. Дарчы, класіцы ў Белдзяржфілармоніі не самы звычайны — гэта дакладная копія інструмента дэкавага прыгажосці XVIII ст. Падчас мерапрыемства таксама прагучаць Канцэрт для класіцы з аркестрам Баха і Сямёльскага № 7 для струннага аркестра і класіцы Вайнберга. Гэта адна з лепшых сімфоній другой паловы XX стагоддзя, музыкаваўца адзначае, што на працягу іх і глыбіні мала хто ў гэты час мог наблізіцца да такіх вышэйшых, і гэты твор — сапраўднае адраджэнне жанру *concerto grosso* на рускай глебе і без гульні ў стыль.

Мечыслаў Вайнберг — адна з выключных персон у музычнай культуры нашых дзён, таму і класіцы, і навага да творчай спадчыны кампазітара — класіфікацыя. У XXI стагоддзі творчасць Вайнберга стала рэзананснай і для Еўропы, і для

закарэнкай публікі. Варта ўзгадваць, што яго оперы ставіліся паўсюды (у Варшаве, Франкфурце, Штутгарце, Нью-Ёрку, Дортмундзе, Х'юстоне, Мадры, Чыкага). Паралельна сімфоній і камерных ансамбляў Вайнберга выконваліся ў розных гарадах Еўропы, падлічылі фестывалі яго музыкі і выпускаліся кампакт-даскі пад самымі вядомымі сусветнымі лейбллі. Сямёльскае кампазітара ўвайшоў у рэпертуар найбольш значных еўрапейскіх музыкантаў эпохі.

Менавіта таму канцэрт можна прылічыць не толькі да ўзгадваўца Вайнберга, але і да яго «вяртання». У апошні час творы кампазітара пачалі ўключыць у свае канцэрты расійскія музыканты, а зараз дэманстрацыя да гэтага сталі і беларусы: музыка Вайнберга ў нас можна паслухаць у выкананні ансамбля салістаў «Класік-Авангард», Дзяржаўнага камернага аркестра Рэспублікі Беларусі.

22 лютага ў Беларускай дзяржаўнай філармоніі можна будзе пачуць тая твора Баха і Вайнберга, які абавязкова прымусіць задумацца пра «вечнае», парэнкавае пра жыццёвыя перамены, даведзе пра музычныя традыцыі Польшчы, Італіі, Румыніі, Мадры, Аўстрыі, Германіі. Эстэтыка гэтай камернай музыкі знойдзе пошук у кожнага слухача.

Маргарыта ДЗЯХЦЯР

Публикации газеты «Культура»

«І наша гісторыя», «Культура», (№16, 2017 года)

Наведзіце таксама старонкі:

мастацтва

Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова "Культура і мастацтва"

Штотыднёвая грамадско-адукацыйная газета
З'яўляецца з кастрычніка 1991 года

КУЛЬТУРА

Шукаць па сайце

Асяродку няма, або Зноў пра міфы нашага кіно

У кабінетах Бадэка пра клясическую музыку, а на працягу стала ўзвышаюцца стос папак з канцэртамі, спад жоні луннае выхва Грэнландскай Апы. Мы працягваем размову з навіскай генеральнага дырэктара па творчых пытаннях мастацтваў Беларускага кіно і тэлебачання, напачатку 9 кастрычніка

Галоўная / [Інфармацыя](#)

І наша гісторыя

№ 16 (1299) 22.04.2017 - 28.04.2017 г.

Сёння ў Палацы прафсаюзаў "Naviband" у апошні перад "Еўрабачаннем" раз прадэманструе айчынным глядачам сваю рашучасць і талент. Менавіта гэты дзень праз некалькі тыдняў, упершыню, заявіць і пра сябе, і пра краіну.



На прэс-канферэнцыі ў Белтэлерадыёкампаніі, прысвечанай падрыхтоўцы да міжнароднага конкурсу ў Кіеве, Арыём Лук'яненка і Ксенія Жук падзяліліся, што імкнуцца раскрыць вобраз Беларусі. У першую чаргу праз самую родную мову, жыхары ўпершыню за гісторыю гэтага музычнага форуму загучаць са сцэны. Заможныя журналісты і прыхільнікі творчасці "Naviband" ужо працягваюць павышаючы цікавасць да "Гісторыі майго жыцця".

Падарываюць жа інтэрв'ю аўдыторыі гурт планке і іншымі спосабамі. Музыканты будучы дарыць усім удзельнікам імпрэзы стужкі з нацыянальным арнамантам, якія можна будзе пазнаць на руку. Акрамя гэтага, арнамантам аздаблілі ісю прома-прадукцыю "Naviband": значкі, галышткі, буклеты ды праспекты. З нагоды 500-годдзя Беларускага кнігадрукавання Арыём і Ксенія вырашылі ўзяць з сабой і копію Бібліі Францыска Скарыны, каб паказаць яе на ўсю Еўропу.

Прадэсаварам і кіраўніком праекта выступае Белтэлерадыёкампанія. За творчы бок адказвае ўкраінская каманда, якая мае досвед менавіта ў падрыхтоўцы да "Еўрабачання". Дарэчы, Арыём будзе спяваць у капелюшы, а Ксенія — з прычоскай у выглядзе ронка. З акалам "Naviband" дапамагае беларускі педагог Вольга Давыдова. На сцэне будучы толькі галоўныя героі "Гісторыі майго жыцця".

Беларуская дэлегацыя адбудзе ў сталіцы Еўрабачання Кіеву 1 маі. Разам з камандай адпраўляюцца слёбы і блізкія музыкантаў, каб увесь час падтрымліваць маладых артыстаў. Арыём Лук'яненку і Ксенію Жук чакае, як абладоўваюць арганізатары конкурсу, цудоўна падрыхтоўка. Першая генеральная разпетыцый адбудзецца 3 маі, другая — 6-га. Музыканты выступяць і ў Еўрабачанні, там разпетыцый будучы штурхнёным.

Нагадаем, "Еўрабачанне-2017" пройдзе з 9 па 13 маі. Першы паўфінал — 9 маі, другі — 11-га, кульмінацыя дзеі — 13 маі. Наперад за нашымі героямі можна будзе ў другім паўфінале пад нумарам 15. І, спадзяемся, у фінале конкурсу.

Аўтар: **Аліна САЎЧАНКА**

Рубрыкі газеты

Новы нумар

Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова "Культура і мастацтва"

- Пра арганізацыю
- Газета "Культура"
- Часопіс "Мастацтва"
- Падпіска
- Рэклама

Аўтары

Архіў

Рэдакцыя плюс...



"Тонкая лінія" Валерыя Слазюка



«КУЛЬТУРА»
Адлюшчыце сабе ў Венецыі



Хто заўважыў крыку "не зараз"?



Уладзіслаў Славян

«Бітва…» удалася!, «Культура», (№13, 2017 года)

Наведзіце таксама старонкі:

мастацтва

Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова "Культура і мастацтва"

Штодзённы грамадзянска-навінавы сайт
Выдаецца з кастрычніка 1991 года

Шукаць па сайце

Грузіце апельсіны ў бочках!

Гэоргія сямі пра майстроў і майстарства...

Пасля пераходу / вярнуць / свет

"Бітва..." удалася!

№13 (1296) 01.04.2017 - 07.04.2017 г.

Наш калектыў у спарынгі аркестраў у Кіеве

Як сцвярджаюць стваральнікі "Бітвы аркестраў", аналага гэтай музычнаму спаборніцкаму шоу ў свеце няма. Свой пачатак яно бярэ з вясны 2015 года, і з таго часу ў розных гарадах Украіны пераходзіць на канцэртных пляцоўках сыходзяцца ў творчым і лепшым масавым калектывам, замежныя госці. Надаўна ў якасці (дзелінікі) прэкта (першыню апынуліся і айчыны выканаўцы...



"Падзея" складаецца з трох частак. У першым, аўтарскім туры гіставі выканаўцы творы, напісаныя (дзелінікі) "каменд" альбо створаныя для іх іншымі кампазітарамі. У другім, нацыянальным, гучаць народныя і сучасныя шлягеры сваіх краін. У трэцім, у туры "сусветны хіты", — відэах на (у гэты момант) шэра "белікі", незалежна ад жанра). Пераможцы выбіраюць гледачы, якія наведвалі гэтыя мерапрыемствы і прагаласавалі (важковымі білетамі).

Тыдзень таму выйшлі Нацыянальнага акадэмічнага аркестра народных інструментаў Украіны прыняў наш Нацыянальны акадэмічны народны аркестр Рэспублікі Беларусь імя Іосіфа Жыноўіча. Салістаў вікторыю на сцэне кіеўскага Нацыянальнага палаца мастацтваў "Украіна" гаспадары, але такімі (жо расчараванымі) беларусы дадому не вярнуліся. Пра тое, як усё было, "К" распавядае мастацкі кіраўнік і галоўны дырэктар аркестра імя Жыноўіча, народны артыст Беларусі, прафесар Міхаіл КАЗІНЕЦ.

Рубрыкі газеты

Новы нумар

Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова "Культура і мастацтва"

- Пра арганізацыю
- Газета "Культура"
- Часопіс "Мастацтва"
- Падпіска
- Рэклама

Аўтары

Архіў

Рэдакцыя плюс...



"Тонкая лінія" Валерыя Славука



Адлюцы ошбе ў Венецыі



Хто заўжды крыху "не гарэз"?



Комамо малой Бацькаўшчыны



"Мастак павінен быць без окур..."



— Я не лічу, што перавага калегася ў 350 — 400 галасоў (пры больш чым трохтысячнай злішчальнасці залы) — гэта парада. Ды і не маглі жны прайграць, улічваючы патрыстычны ідэям у іх краіне (адпаведна — падтрымка публікі); вопыт — тое, што для ўкраінцаў гэта быў ужо пятае выступ у рамках шоу. Там не менш з гутарак з кіраўніцтвам аркестра "супернікі" ж гразілі, што жны зусім не былі ўдзяльнымі ў сваёй перамозе, бо ведалі, з якога класа музыкантамі ім давацца "ўступіць у дыялог".

— Беларускі глядач, зыходзячы з яго ментальнасці, прыюдзіў бы перамогу гасцям...

— Безумоўна. Есць такое ў нашым народзе: спачатку — для іных, потым — для сябе. Але, паўтаруся, засмучэння ў нас няма. Была радасць ад самага мерапрыемства, ад таго фону, на якім жно праходзіла. Калі ў іх краінах, і беларускіх нумары шлі пад такі "скандэкс" залы, калі змоцый з іх захапленні сцэны. Я праўдзю трымаю канцэртаў з аркестрам, але падобнай атмасферы не ўстадаю. І мне ўраўнілі нашы музыканты, якіх ўсім фізічна душы адчуваюцца на глядацкую рэакцыю — сваім майстарствам, настроям. Такой рэакцыі ў іх вачах, паводзінах ж ніколі не бачыў! У мне самага, чалавека 73-гадовага, адраманілі зашкалаваў! Я вельмі рады, што пабачыў "іншы" наш аркестр, убачыў у ім і дзіц, якіх залучанага ў найцікавейшую гульню, і дарослага, які сур'ёз біўся за Беларусь. Але, вядома, адні да аднаго "супернікі" паставіліся з ахлікай паваротай і ўдзялам, падтрымліваючы нумары "праціўніка" апладысмантамі, нейкімі задаволенымі вопіскамі.

— А як когуд уся гэтая гісторыя пачалава?

— Сціпла скажу, што пра высокі ўзровень нашага аркестра вядома на ўсёй постсавецкай прасторы, нават кігледачы на тое, што пасля развалу Саюза міжкультурныя сувязі паміж белымі яго рэспублікамі і на гэтую пару застаюцца шмат у чым не адноўленымі. І лічэ такі факт. Гадоў сем таму мы сустракаліся з Нацыянальным акадэмічным аркестрам народных інструментаў Украіны ў Плёцку на Міжнародным фестывалі прафесійных аркестраў народных інструментаў... А ў спрэчкіне савака аркестр атрымаў запрашэнне на шоу, пра жое мы нікога не ведалі. І ўсе адразу кінуліся "капаче" Інтэрнэт у пошуках інфармацыі аб праекце. Ён нам здаўся вельмі цікавым, і мы амаль не разважалі, ці ўдзяліцца. Усе выдаткі — праезд, прыкыванне, харчаванне і гэтак далей — узяў на сябе бок гаспадароў. І два тыдні аркестр шчыльна рытаваўся да павядкі, у гарачых спрэчках выбіраючы рэпертуар, рэзюлючы з рэцыцы да вечара.

— "Спарынг" окладаўся з трох "рэпідэў"...

— Так, і на сцэне адначасова знаходзіліся абодва аркестры, па чарзе, праз нумар, выканаваны свае праграмы, а чатыры творы выканалі сумесна (у іх сапраўдзі ўкраінскія вакалісты). У аўтарскім туры мы прадставілі "Зайчыц цымбалы і гармонік у Клеве" нашага дырыжора, аранжыроўшчыка і мультыінструменталіста Алёксандра Крамко — заваляў, што даманструе магчымасці аркестра ў цэлым і яго інструментальных груп павасобку. У нацыянальным блоку прагучалі "Ох, без дудкі, без дуды ходзіць ногі не туды..." Крамко, "Каліда" ансамбля "Песняры" (сапраўдзю Андрэй Коласаў), а прыпевае разам з ім спяваў усея аркестр, "Дзівоцы Купаллі" Уладзіміра Кур'яна і... наша прывітанне ўкраінскаму слухачу — песня "Рэве та стоіме Дніпр шірокі...", у фінале жкой у зале падняўся сапраўдны захоплены рык. (Там ж і ўразуміе, што мы сёння не пераможам...) Сусветным хіты склаў фрагмент саўндтрэку адной з частак фільма "Піраты Карыйскага мора", "Besame Mucho" (гэты шліггер на ўсе часы пачынаўся з... "бітлоўскай" "Yesterday"), дэкавае стандарт "All of Me" праспявала Марына Васілеўска, Ігар Задарожны — "Bway" (англамоўную версію лацінаамерыканскага хіта), Андрэй Коласаў — "Highway Star" гурта "Deep Purple".

— Шоу мела на ўвазе і візуалізацыю праграм...

— Вельмі шмат ўсёго адбылося за гэтыя тры гадыны. На "Ох, без дудкі..." ж пераапрацаваўся ў сіною тройку, з нагруднай кішкі тырчала кветка, на мне былі хрыпалезны галыштук і кепка — таксама з кветачкай. Падчас выканання музычнай пазмы "Дзівоцы Купаллі" цымбалісты — заслужаная артыстка Беларусі Ларыса Рыдлеўска і лаўрэат міжнародных конкурсаў Аляксана Хахол (мажае сабе ўжыць, жую рэакцыю выклікала не прызвішча ў зале) — з'яўляліся на сцэне з ахлікамі на галаве, да іх падходзіў Саша Крамко з ахрыкай і жны нешта такое варажылі. У "Піратах..." ж ствараў вобраз капітана (у кіцелі, фуражцы), камандаваў: "Воцман, аддаць швартовы!", мне па ходзе імпрэзы вышліскі са сцэны пірат — барабанчык Сяргей Шаптуноў, які даў сапраўдны майстар-клас на ўдарных. На "Yesterday" ж быў апрамучы на англійскі манер — у фраз ды каплюш, жі, страснуўшы з яго пыл, потым адкідаў (фраз таксама здымаў).

— Украінскі тэлеглядзучы убачыць "Бітву"?

— Так, жна здымалася.

— Што даў праект аркестру, акрамя доваеду?

— Я задумаўся над тым, што нам патрабуюцца нейкая "рэканструкцыя" інструментарыя. Некаторыя народныя інструменты мы выкарыстоўваем выбарачна, час ад часу. Больша іх канцэртна "эксплуатацыя" дапоўніць наша гучанне новымі фарбамі.

— Вы ж нешта падобнае ў Беларускай філармоніі калікоці падзілі. Ці магчыма "Бітву аркестраў" перанеаці на нашы рэаліі?

— Гэта працяжка, выдаткова, але чаму не? Было б выдатна, каб знайшліся энтузіясты, лепш з грашыма, якіх адважыліся б ахрыціць падобнае ў нас. Устаўлены, глядач на такое маштабнае шоу пайшоў бы, высокі рэйтынг тэлебачання жно даю б. І дэзям жно можна зрабіць фразу Уладзіміра Караткевіча: "Рабі нечаканае, рабі, ж не бывае, рабі, ж не робіць нікто, — і тады пераможаш".

А ж сапраўдны некалі запрасяў для выступлення з нам ў адным канцэрце Нацыянальны акадэмічны аркестр сімфанічнай і эстраднай музыкі Беларусі, але тое не было "змаганнем", а праграмы двух калектываў, нумары ліх таксама чаргаваліся.

— У Клеве ў вао адбылася цікавая суаотрача...

— З Юліяй Сімонавай, унікай народнага артыста СССР Канстанціна Сімонава, які ў 1938 — 1941 гадах быў першым галоўным дырыжорам аркестра народных інструментаў нашай філармоніі (жна сама, дарэчы, з адкацы харавік-дырыжор). Мы абмякнуліся з ёй успамінамі пра жно дзіцую, з якім мне пачналася быць знаёмым у 1970-х. Я распавяў ёй тое, што мне распавядалі пра Канстанціна Арсеньевіча тыя артысты, хто з ім працаваў лічэ ў даважны час. Юлія была вельмі ўсхваляваная сустрэчай і дэкавала за, ж жна выказалася, "бітлоўскае выступленне аркестра, жнім калісці дырыжыраваў мой дяд"...

Спецыяльна для "К"

Юлія Сімонава пра шоу: "Абодва калектывы паказалі сабе вельмі зноба. Я прызавасявала за беларускі аркестр. І не толькі гэта таво, што мяне з ім аязвае практычна роднасныя павы, але і таму, што граба абодва належнае яго музыкантам, які паказалі высокі ўзровень майстарства, валоданне рознымі стылямі: ад спрэбачна народных — з выкарыстаннем аўтантычных музычных інструментаў, да адпаведных якому сучаснаму шоу, у якое абсалютна пазіна ўлісаліся цымбалы бы баяны. Брава музыкантам аркестра, салістам-вакалістам і, вядома, Міхалу Антонавічу Кашуцу — артысту з ахлікай літары, які, нагледзячы на аідачныя неааколыныя складанасці жыцця, беражэ і падтрымлівае традыцыі нааіянальнага аркестра і беларускага мастацтва ў цэлым і змажэцца за ўзровень майстарства, знобы лепшых сусветных сцэні"

Фота Ігара ЗАДАРОЖНАГА і Вольгі БРЫЛОН

Аўтар: **Алег КЛІМАЎ**

спецыяльны карэспандэнт газеты "Культура"

"Бог правядзе па жыцці лепш, чым оамы дэаааалы навігатар"



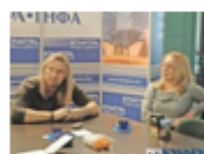
Вакол Якуба Коласа і пакалення рэальнага ўспрымання



"Палац", які пабудоваў лагіотыку легенды



Другой спробы не будзе...



Двое з шоу-бізнэсу

2018 - Год культуры



Далей

Цікавосткі: варты прачытаць!



Такім будзе помнік Пёсяну ў Міноку



Як і куды знікаюць творы?



Гук, таот, Міноку з гуртом Reiki





Штотыднёвая грамадзянска-адукацыйная газета
Выдаецца з кастрычніка 1991 года

КУЛЬТУРА



Шукайце па сайце

КУЛЬТУРА
журнал мастацтва



Палітыка / З'явіліся

А хор живе ў ёй!..

№ 12 (1295) 25.03.2017 - 31.03.2017 г

У Беларускай дзяржаўнай філармоніі 20 сакавіка прагучаў урачысты канцэрт, прысвечаны юбілею народнай артысткі Беларусі, галоўнага дырыжора і кіраўніка Дзяржаўнай акадэмічнай харавай капэлы імя Рыгора Шырыны Людмілы Яфімавай.



Канцэрт на ліі сабраўся калегі, сябры, вучні Людмілы Барысаўны, харавае калектывы дзіцячых музычных школ, адкрыўся віншавальнымі адрэсамі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь Аляксандра Лукашэнкі, які зачытаў міністр культуры Рэспублікі Беларусь Барыс Сяпкоў. Віншаванні прагучалі ад генеральнага дырэктара Беларускай дзяржаўнай філармоніі Аляксандра Гарбарэ і яе мастацкага кіраўніка Юрыя Плядыко, а таксама калег Людмілы Барысаўны — мастацкага кіраўніка, галоўнага дырыжора Нацыянальнага акадэмічнага народнага аркестра Рэспублікі Беларусь Імя Яўсёфа Ждановіча Міхаіла Касцюка, галоўнага дырыжора Нацыянальнага сімфанічнага аркестра Рэспублікі Беларусь Аляксандра Анцісімава ды іншых.

У праграме канцэрта прагучалі энкаміталы музыкі: беларускія песні "Зорка Венера" ў апрацоўцы Анатолі Багатырова (сольны Людміла Аляксандрава, Іван Бурак), марш з оперы "Ада" Джузэпэ Вердзі (Кацярына Петрыкевіч — фартэпіяна, дырыжор Дзімітрый Сопат), марш "Вена-Вена" (апрацоўка Дзімітрый Хляпача, ён жа і дырыжор).

І, нарэшце, Сяргей Рахманінаў і ягоная частка "Літургія Івана Златаўста" — "Слова Айцц і Сыну". Дырыжоруе Людміла Яфімава. Тут — дакладны шпрых і адгадаць эмоцыі, якія перадае яе, калі спяваеца зала, жыццё прастора, жывае спявае, і ўносіць "у калат" думкі і пачуцці. Адчуваецца, наколькі сурадны калектыву жэсту Людмілы Яфімавай — з вострымі дырыжорскімі палачкамі праводзіць ейнага настаўніка Ілья Мусіна злітае найдрабнейшы нюанс, які надае музыцы элітантасу ці тонкасці, вытанчанасці ці паважанасці, іронію ці жартлівасці. Хор гучыць зладана, дэманструючы даўняе паравуменне, жывае заўсёды ўласцівае калектыву, у якога ёсць вопытны кіраўнік, прафесіяналы сваёй справы.

Хор для спадарыні Яфімавай — гэта сама музыка: "Паміж хорам і глядачом існуе прастора, у якой нараджаюцца гукі, сугучны, фарбы — або тое жывое, што мы называем натхненнем".

— Працаваць са спявакамі — сапраўднае задавальненне, але і тэтанічна праца. Бо хор — гэта той калектыву ў якім "начыста" адпрацаваная артыкуляцыя і спеўны гук, што з'яўляецца "вільняй калат" прафесійнага хора. Ён павінен разумець дырыжора, адгадаць і ведаць найменшы жэст, таму што жэст — аснова ў дырыжорскім мастацтве. Іншымі словамі, "жэст і дыкцыя" разам з дырыжорам, — значэнне Людмілы Барысаўны. — Тады ўнікае тое даўняе, адчуванне агульнасці, сударанання, такое каштоўнае і ў калектыве, і ў міжасобных адносінах. Для мяне тое, ці праславаны прафесійна твор, — важны крытэрыў у ацэнцы май працы і працы калег. Можа "закрыць вочы" на нейкі дробны "чалавечы" пралік, які бывае ва ўсіх, але майстэрства павінна быць найвышэйшым!

Людміла Барысаўна кіруе калектывам капэлы з 1987 года. Яна прыйшла, калі ў краіне ўжо склаўся традыцый акадэмічнага харавага спева. Яфімава ж прынесла на беларускую сцэну дух і майстэрства ленінградскай школы дырыжораў, стваральнік якой жыва Ілья Мусін.

— Я паважаю традыцыю! Але люблю ісці наперад, эксперыментаваць, спяваць рознастайна творы. Музыка — жывы Сусвет, дзе кожная нота гучыць унікальна. Таму мы спяваем Вердзі і Моцарта, Шумана і Брухна, Дворжак і Берліоза, Гайдна і Кабелеўскага, Баха, Гучыні, Шастаковіча, Пракоф'ева і, вядома ж, музыку беларускіх кампазітараў! Капэла ўдзяляе ўвагу і шматлікім фестывалю, мы спявалі на грандыёзных канцэртных пляцоўках свету! Калектыву запрашалі на гасцёўні ў Германію, Іспанію, Італію, Аўстрыю, Галандыю, Данію, Францыю ды іншыя краіны, прымалі мы і ўдзел у культурнай праграме Алімпійскіх Гульняў у Барселоне. А летам прымем удзел у музычным фестывалі "Triolet Festival de l'Est". Гэта застане ўсім спявакам іх сапраўднай творчай садружнасці, а сапраўды галоўнае — любові да музыкі! — кажа Людміла Барысаўна.

А таксама дырыжор лічыць, што чалавечаму голасу падладна тое, што непадладна інструменту, хоць менавіта інструмент імітуе голас: "Бо менавіта ён перадае рознастайнасць адценняў гукі, мае ўнікальны каларыт, нараджае саборнасць паміж людзьмі, дзякуючы таму, што мы ўсе спяваем, а значыць, адчуваем голас ж нешта роднае..."

У фінале сямцовага канцэрта прагучала харавае капэла імя Рыгора Шырыны. Уся зала ўстае і заспявае "Многая лета!" ды ўбачыла, адчула любоў, захапленне, жывае іскраўца ў вачах Людмілы Барысаўны, калі яна жыве ў цэнтры ўсёго свету, імя якому хор. А хор жыве ў ёй. Так... За гэта мы і любім капэлу. Яна ж струна — дакраніся, і завіліцца на паэтычнай частцы.

— Што я хачу сёння паказаць? — задаецца пытаннем Людміла Барысаўна. — Канешне, вясновае настрою, паэтычных эмоцый, радасці! Але сапраўды галоўнае, капаўна, каб паміж людзьмі нарадзілася калектывнасць, узвешчанага і, канешне ж, любоў адна да аднаго. Бо менавіта ж такім чынам, на гэтых "літках" чалавечых адносін вырастае і ж, і мой калектыву — у прафесійным асродку нашай Айчыны. Людзі (дырыжоры), жывае жыве, заўсёды спрымае росту, новым адкрыццям і новым дасягненням. Я вельмі ўдзячна ўсім сваім калегам!

Марына МДЗІВАНІ, музыкантажэц

Рубрыкі газеты

Новы кумар

Рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова
"Культура і мастацтва"

- Пра арганізацыю
- Газета "Культура"
- Часопіс "Мастацтва"
- Падпіска
- Рэклама

Аўтары

Архіў

Рэдакцыя плюс...



"Тонкая лінія" Валеры Сла-
дука



Адлюціць асобе ў Венецыі



Хто заўжды крыху "не
здарэ?"



Комамо малой
Бацькаўшчыны



"Мастак павінен быць без
окуры..."

