

РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОСТОРУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ СЛУХАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ

Криницький

Володимир Семенович

аспірант Національної музичної академії ім. П. І. Чайковського (м. Київ)

Криницький

Владимир Семенович

аспірант Национальной музыкальной академии им. П. И. Чайковского (г. Киев)

Krynytskyi

Volodymyr

Postgraduate student, P. Tchaikovsky National Music Academy

***Анотація.** Розглянуто роль нових медіа-ресурсів — соціальних інтернет-мереж — у формуванні сучасної слухацької аудиторії. Досліджено присутність українських композиторів у інформаційному просторі найпопулярніших в Україні соціальних мереж, розглянуто можливості, завдяки яким сучасний академічний автор може репрезентувати свою творчість якомога ширшому загалу слухачів.*

***Ключові слова:** комунікація, музична комунікація, соціальна мережа, композитор, слухач.*

Актуальність проблеми. Розвиток інформаційних, передусім — комп'ютерних та мережевих технологій на сучасному етапі призвів до прискорених темпів розвитку всіх форм і видів комунікації, полегшивши таким чином, як звичайне спілкування поміж людьми, так і обмін між ними різною інформацією. Значну роль у цьому процесі відіграють численні суспільні інтернет-об'єднання, які отримали назву соціальних мереж. Це — веб-сайти, призначені для побудови, відображення чи організації соціальних відносин у мережі Інтернет. Завдяки бурхливому розвитку таких ресурсів людство почало дедалі більше часу приділяти інтернет-спілкуванню, а надзвичайно широке коло комунікаційних функцій соціальних мереж сприяло появі нових засобів і форм такого спілкування, серед яких музика посідає одну з головних позицій.

Тож **мета** цього дослідження — виявити присутність сучасних українських композиторів у інтернет-просторі на прикладі їх інтеграції у його найдинамічніший сегмент, яким на сьогодні є соціальні мережі, та визначити, чим такі інтернет-ресурси можуть бути корисними як для сучасного автора, так і слухацької аудиторії.

Виклад основного матеріалу. Упродовж багатьох століть поняття музичної комунікації розглядається виключно як ланка “композитор — твір — виконавець — слухач”. Причиною тому була повна відсутність інших засобів для передання музичного матеріалу, окрім “живого” виконання. Отже, для того, щоб почути музичну композицію, слухач мусив відвідати концертний захід. Відповідно, композиторові, аби представити свої твори на розсуд публіки, необхідно було їх виконати.

З появою у 1877 р. можливості записувати звуковий сигнал, а у 1893 р. — ще й передавати його на велику відстань за

допомогою радіозв'язку, композитори отримали як можливість донести свою творчість якомога ширшому загалу слухачів поза межами концертних залів, так і зберегти свій творчий доробок не лише в нотному, а і в звуковому вигляді. Своєю чергою, слухачі отримали можливість знайомитися з музичним мистецтвом не лише в концертній залі, а й поза нею.

Ще десять років тому основними джерелами передання звукового матеріалу поза межами концертних майданчиків залишалися телебачення та радіо, а також аудіо- та відеоносії (грамплатівки, аудіо- або відеокасети та цифрові диски тощо). В останні ж роки розвиток інформаційних технологій та, зокрема, мережі Інтернет, зумовив прискорені темпи розвитку всіх форм і видів комунікації, серед яких музика як універсальний та один з найдовершених засобів спілкування між людьми, посідає надзвичайно важливе місце. Саме завдяки новим технологіям запису музичного матеріалу та появі нових методів його розповсюдження, серед яких зараз чи не найпопулярнішим є спосіб отримання його завдяки мережі Інтернет, музичне мистецтво стало доступним максимально широкому колу слухачів, внаслідок чого, здавалося б, безальтернативна комунікативна ланка “композитор — твір — виконавець — слухач” почала зазнавати істотних трансформацій.

Не останню роль у цьому процесі зіграла й поява у суспільстві, внаслідок його швидкої інтернетизації, нового типу мережевих ресурсів, призначених для побудови, відображення чи організації соціальних відносин у Інтернеті — соціальних мереж. Початок їх популярності сягає ще 1995 р., коли в США з'явилася перша соціальна мережа “Classmates”. Але справжній світовий бум таких ресурсів розпочався у 2003–2005 роках, зокрема, з появою найпопулярнішої на сьогодні у світі соціальної мережі “Facebook”. Із часом, бурхливий розвиток таких онлайн-сервісів, надзвичайно широке коло їх комунікаційних функцій і значна увага людства до спілкування у Всесвітній мережі призвели до тісної інтеграції у соцмережі не лише звичайних користувачів, а й інших інтернет-ресурсів. Засоби масової інформації, ділові структури, громадські організації, заклади культури та творчі колективи відтепер також стають активними користувачами соціальних мереж, що не лише посилює їх контакт з потенційним споживачем їхніх послуг і сприяє

подальшому якісному розвитку цих організацій, а й допомагає самим соцмережам позбавитися реноме виключно розважальних ресурсів. До того ж зростаюча популярність таких платформ дала старт розвитку соціальним мережам, орієнтованим уже не так на широкий загал користувачів, як на його певний прошарок. Так, 2008 р. у Німеччині був офіційно запущений мережевий портал “SoundCloud”. На сьогодні це — найпопулярніша у світі музична соціальна мережа, яка об'єднує не лише зацікавлених музикою звичайних користувачів, а й професійних музикантів.

Які ж можливості надає соціальна мережа своїм користувачам?

По-перше, це створення особистих профілів, у яких часто необхідно вказати свої реальні персональні дані та іншу інформацію про себе, зокрема: місце народження або проживання, навчання або роботи, життєві принципи та інтереси тощо. По-друге, це можливість для її учасників створювати та підтримувати списки користувачів, з якими в них є певні відносини, такі як: дружні, родинні, ділові стосунки тощо. І, по-третє, це надання практично повного спектру можливостей для обміну інформацією, а саме: надсилання особистих повідомлень, розміщення фотографій, відео-, аудіо- та текстових записів з можливістю ділитися ними та обговорювати їх як із окремими, обраними користувачами, так і з будь-якими відвідувачами мережі, організація тематичних співтовариств тощо.

Так історично склалося, що в українському інтернет-середовищі наведені вище можливості найперше надала російська соціальна мережа “ВКонтакте”. Зручна та зрозуміла структурна будова сайту мережі та один з перших якісно виконаних україномовних інтерфейсів, можливість об'єднуватися в тематичні групи та ділитися не лише графічним, а й аудіовізуальним контентом — усе це значно підвищило зацікавленість користувачами цією платформою, і, насамперед, молоддю.

Тож, враховуючи своє призначення та нинішній напрямок розвитку соцмережі, зокрема, “ВКонтакте” та “Facebook”, стали в Україні для сучасного композитора не лише майданчиками для звичайного повсякденного спілкування, а й надали йому широкі можливості для професійної діяльності, допомагаючи репрезентувати свою творчість широкому загалу слухачів.

Прикладом вдалого і правильного використан-

ня усього наявного інструментарію соціальних мереж можна вважати особисті сторінки сучасних українських композиторів Золтана Алмаші та Богдана Сегіна в мережі “ВКонтакте”. Незважаючи на присутність у облікових записах цих авторів певної кількості особистого контенту, яка не стосується їх професійної діяльності (особисті або сімейні фото, улюблена музика або відео, коло друзів тощо), цілком можна стверджувати, що головним завданням сторінок цих композиторів є представлення їх власників іншим користувачам мережі передусім як професійних музикантів. Зокрема, в розділі “Особиста інформація” вони вказують напрями своєї творчої та громадської діяльності (композитор, творчий керівник, віолончеліст тощо), коло зацікавлень (музика, театр, кіно тощо) і перераховують об'єднання інших користувачів навколо тих мистецьких заходів, до яких вони певним чином мають стосунок (ансамбль “Нострі Темпоріс”, міжнародний фестиваль “Контрасти” та інші). Також серед публічних дописів авторів можна знайти інформацію про події, до яких вони безпосередньо причетні як організатори і учасники (композитори або виконавці), зокрема, цифрові варіанти афіш музичних фестивалів, інформація з яких, завдяки системі повідомлень мережі, швидко надійде тим користувачам, які слідкують за діяльністю музикантів, а в розділі “Аудіозаписи” автори викладають окремі свої твори або їх фрагменти, завдяки яким користувачі мережі можуть з ними ознайомитися і, якщо є така можливість і бажання, дати їм свою слухачську оцінку.

Завдяки розгалуженій системі відносин користувачів у мережі та входженню до їх кола різноманітних ділових, інформаційних і культурних організацій, творчість композитора може знайти відгук не лише в знайомих йому слухачів і колег, а і в інших музикантів і колективів, видавців і організаторів мистецьких заходів, що, безперечно, сприятиме як розширенню географії виконання творів автора, так і збільшуватиме слухачську аудиторію.

Саме такі можливості надає своїм користувачам соціальна мережа “SoundCloud”, засновниками якої є звукорежисер Алекс Льюнг і музикант Ерік Вальфорс. Сервіс, який спочатку був призначений для обміну музичними треками, із часом перетворився у повноцінний канал музичної дистрибуції. Однією з ключових особливостей цього веб-ресурсу є можливість розповсюджувати кожен запис окремо за

допомогою його унікальної веб-адреси, “вбудовуючи” його, таким чином, в інші популярні мережі, зокрема, Twitter або Facebook. Також “SoundCloud” пропонує використовувати віджети, котрі можна розміщувати на інших веб-сторінках і блогах. Нарешті, користувачі цієї соцмережі мають унікальну можливість залишати коментарі стосовно почутого в будь-якому місці звукового треку. І це — лише частина інструментарію зазначеного веб-ресурсу. Щоправда, далеко не весь він є безкоштовним, до того ж у “SoundCloud” відсутні як україномовний, так і російськомовний інтерфейси. Та це не заважає бути присутніми на його теренах українським композиторам, зокрема, і вже згаданому вище Богданові Сегіну, і Ігорю Щербакову.

Якщо з тих чи тих причин сам автор не має своєї сторінки в соціальній мережі — за нього це можуть зробити її користувачі, об'єднавшись у групу, присвячену йому та його творчості. Прикладом такої групи є чимале об'єднання користувачів соцмережі “ВКонтакте” з різних країн на основі інтересу до постаті та творчості відомого українського композитора Валентина Сильвестрова.

Варто зазначити, що не останнє місце в соціальних мережах посідають і заклади культури — театри, концертні зали тощо, для яких ці мережеві платформи є своєрідним інформаційним майданчиком, такою собі “великою афішею”, за допомогою якої є можливим проанонсувати певні заходи, на відміну від традиційних методів інформування, значно швидше і максимально широкій аудиторії слухачів або глядачів.

Отже, соціальні мережі — це надзвичайно широке поле комунікацій та потужний засіб масової інформації, яким у нинішній час обов'язково треба користуватися задля популяризації академічного мистецтва. Щоправда, робити це потрібно тактовно та відповідально, аби не зумовити негативного ефекту, адже сторінка композитора у загальновідомій і популярній соціальній мережі на кшталт “ВКонтакте” або “Facebook”, по суті, є своєрідним професійним резюме, яке необхідно грамотно скласти для забезпечення своєї успішної творчої діяльності, контролюючи як обсяг, так і якість уміщеного в ній особистого контенту, аби він не мав негативного впливу на сприйняття особистості автора в цілому. Наявність на сторінці автора власного творчого доробку у вигляді аудіовізуальних матеріалів дає можливість потенційному слухачеві

оцінити рівень професійної майстерності композитора, тому йому варто слідкувати за художньою та виконавською якістю представленого на сторінці матеріалу. Останнє твердження є особливо доречним у випадку використання авторами соціальних мереж “SoundCloud” та “Facebook”, які є найпопулярнішими соціальними онлайн-платформами у світі, і на яких український композитор буде представляти вже не лише самого себе, а й рівень сучасного академічного музичного мистецтва України в цілому.

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити **висновок**, що соціальна мережа є для сучасного українського композитора як його своєрідною творчою візитівкою, так і тим майданчиком, на якому він не лише підтримує контакт поза концертною залом із прихильною до нього слухачською аудиторією, а і значно її розширює, завдяки можливості представити свою творчість широкому загалу користувачів

мережі. Водночас цілком замінити концертне виконання музичних творів соціальна мережа, звичайно ж, неспроможна, оскільки лише під час концерту живі, справжні емоції і слухача, і автора та виконавців, які накладаються на музику, створюють безпосередній діалог між ними, допомагають автору визначити вплив його музики на слухача, відчувати, чи сприйнята вона слухачем, і якщо ні — одразу проаналізувати, чому. Зацікавити сучасного слухача, викликати в нього, незважаючи на теперішню надзвичайну доступність музичного матеріалу та можливу значну територіальну віддаленість слухача від концертної зали, бажання почути “живе”, концертне виконання музичного твору — ось головне завдання, яке треба вирішувати сучасному композитору за допомогою інструментарію соціальних мереж, зміцнюючи, таким чином, історичну комунікативну ланку “композитор — творець — виконавець — слухач”.

Література / References:

1. Берегова О. М. Музична комунікація: тенденції і виклики часу / О. М. Берегова // Науковий вісник Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. — Вип. 75. Композитор і сучасне соціо-культурне середовище: Збірник ім. П. І. Чайковського, 2009. — С. 79–95.
2. ВКонтакте [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте>.
3. Група користувачів мережі “ВКонтакте”, присвячена творчості українського композитора Валентина Сильвестрова [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vk.com/silvestrovvalentin>.
4. Олейник М. А. Проблемы музыкальной коммуникации в современной культуре / М. А. Олейник // Философия и общество. Вип. №1(53)/2009. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130317/>.
5. Персональна сторінка українського композитора Богдана Сегіна у соціальній мережі “ВКонтакте” [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vk.com/bohdansehin>.
6. Персональна сторінка українського композитора Богдана Сегіна у соціальній мережі “SoundCloud” [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://soundcloud.com/bohdansehin>.
7. Персональна сторінка українського композитора Золтана Алмаші у соціальній мережі “ВКонтакте” [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://vk.com/id16413589>.
8. Персональна сторінка українського композитора Ігоря Щербаківа у соціальній мережі “SoundCloud” [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://soundcloud.com/igor-shcherbakov-1>.
9. Соціальна мережа [електронний ресурс] — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа.
10. SoundCloud [електронний ресурс] — Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SoundCloud>.
11. Якупов А. Н. Музыкальная коммуникация (история, теория, практика управления). Автореферат ...доктора искусствоведения: 17.00.02 / А. Н. Якупов. — М., 1995.
1. Beregova O. M. Muzychna komunikacija: tendencii i vyklyky chasu / O. M. Beregova // Naukovyy visnyk Nacional'noi muzychnoi akademii Ukrainy imeni P. I. Chajkovs'kogo. — Vyp. 75. Kompozytor i suchasne socio-kul'turne seredovyshhe: Zbirnyk im. P. I. Chajkovs'kogo, 2009. — С. 79–95.
2. VKontakti [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/VKontakti>.
3. Grupa korystuvachiv merezhi “VKontakti”, prysvjachena tvorchosti ukrai'ns'kogo kompozytora Valentyna Syl'vestrova [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <http://vk.com/silvestrovvalentin>.
4. Olejnyk M. A. Problemy muzykal'noj kommunykacyy v sovremennoj kul'ture / M. A. Olejnyk // Fylosofija y obshhestvo. Vyp. №1(53)/2009. [Elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130317/>.
5. Personal'na storinka ukrai'ns'kogo kompozytora Bogdana Segina u social'nij merezhi “VKontakti” [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <http://vk.com/bohdansehin>.
6. Personal'na storinka ukrai'ns'kogo kompozytora Bogdana Segina u social'nij merezhi “SoundCloud” [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <https://soundcloud.com/bohdansehin>.
7. Personal'na storinka ukrai'ns'kogo kompozytora Zoltana Almashi u social'nij merezhi “VKontakti” [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <http://vk.com/id16413589>.
8. Personal'na storinka ukrai'ns'kogo kompozytora Igorja Shcherbakova u social'nij merezhi “SoundCloud” [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <https://soundcloud.com/igor-shcherbakov-1>.
9. Social'na merezha [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: https://uk.wikipedia.org/wiki/Social'_na_merezha.
10. SoundCloud [elektronnyj resurs] — Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SoundCloud>.
11. Jakupov A. N. Muzykal'naia komunikatsiia (istoriia, teoriia, praktika upravleniia). Avtoreferat ...doktora iskusstvovedeniia: 17.00.02 / A. N. Jakupov. — M., 1995.

Криницкий Владимир Семенович

Роль коммуникативного пространства социальных сетей в формировании современной слушательской аудитории

Аннотация. Рассматривается роль новых медиа-ресурсов — социальных интернет-сетей — в формировании современной слушательской аудитории. Исследовано присутствие украинских композиторов в информационном пространстве самых популярных в Украине социальных сетей, рассмотрены те их возможности, благодаря которым современный академический автор может представить свое творчество как можно более широкому кругу слушателей.

Ключевые слова: коммуникация, музыкальная коммуникация, социальная сеть, композитор, слушатель.

Krynytskyi Volodymyr

A Role of Communicative Space of Social Networks in Forming of Modern Listenership

Summary. Music is universal and one of the most advanced means of communication between people. Implementation of this communication takes place in a variety of different communication processes.

Media sources are the powerful force of influence on people's minds now. They are the most effective way to influence the emotions and most efficient way to deliver information to the various parts of the world. This applies to electronic media first, because its role is growing now. They collect the greatest audience with considerable emotional impact on people.

Nowadays, television has a dominant position among all media. Television is not a luxury, it came to every family, remains the most popular and most accessible media for all people.

But the development of information technology has led to the accelerated pace of development of all forms and types of communication. It is easier and simple or to communicate between people and exchange between different kinds of information. At first, this applies to computer and network technology, through which began to develop traditional media — radio, television, printed newspapers and magazines, and exclusively, new network media resources. Now these media resources are called new media.

Also transfer of music information is due to social networks — platforms, online services or websites designed to build, display or organize social relations on the Internet. The rapid development of social networking and extremely wide range of communication functions led not only to the fact that mankind began to spend more and more time on online communication, but also contributed to the tight integration of other internet resources in social networks. The media, various businesses, community organizations, cultural institutions and creative teams are also becoming active users of social networks, which not only increases their exposure to potential consumers of their services and promotes the quality of these organizations.

Thus, the electronic media, such as “Vkontakte”, “Facebook”, “SoundCloud” and others, provide modern Ukrainian composers with opportunities for professional activities. They help the composer to better reveal their inner world and their work, to represent the widest possible public audience. Now electronic media is a kind of music management. With electronic media author can present himself and his creativity. Modern social web-resources may be for Contemporary composer as a kind of discussion platform where the author can learn opinion of academic music fans regarding his works and express their vision about his work, his purpose and artistic content.

Through collaboration with media and composers music gets the status of the media.

At the same time electronic resources should only assist the author in his real artistic life, but not replace it. The presence of the composer in attendance media should promote his live concerts and real creative life.

The purpose of this study is to identify the presence of Ukrainian composers at the Internet social networks, show the integration of modern Ukrainian composers and their work into the web, determine how such cooperation is useful for a modern artist and the audience, how it affects the development of music, media and Ukrainian society.

Key words: communication, music communication, social network, composer, listener.