

Міністерство освіти й науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет гуманітарних наук

Кафедра культурології

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра культури

**Нові медіа в контексті сучасної музичної культури**

Виконала  
студентка МП «Культурологія»  
Парфан Надія Ярославівна

Науковий керівник  
Івашина Олександр Олексійович

Київ – 2009

## Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. MP3 і музика в умовах цифрового відтворення.....	8
1.1 Що таке MP3. Медіамаскування.....	8
1.2 MP3 і необтяжливе слухання.....	13
1.3 MP3 як феномен культуріндустрії.....	18
1.4 Випробовування капіталізму.....	21
РОЗДІЛ II. Віртуалізація музики та мережеві спільноти.....	29
2.1 Мультимедіа як спектакуляризація музики.....	29
2.2 Музика і культура участі.....	34
2.3 Від аматорів до медіанедоумків: «синдром Васильціва».....	40
2.4 Перше «останнє радіо».....	46
РОЗДІЛ III. Слухач в режимі просторової мобільності.....	51
3.1 Від Sony Walkman до Apple iPod: еволюція образу.....	51
3.2 Плеєр і звуковий ландшафт.....	57
3.3 Нове фланерство і кінематографічний досвід.....	63
3.4 Ізоляція vs автономія.....	68
ВИСНОВКИ.....	71
ІНТЕРНЕТ-ДЖЕРЕЛА.....	77
ЛІТЕРАТУРА.....	80

## ВСТУП

Давньогрецьке слово «техне», від якого походить назва сучасних технологій, об'єднувало різні види практичної діяльності – мистецтва і ремесла, музику і риболовлю. У ньому сходились речі та ідеї, переплітались досвід і знання. Сьогодні технології, мистецтва і ремесла є автономними поняттями, що можуть накладатися або конфліктувати в залежності від прагматичних потреб того, хто ними оперує. У цій роботі ми частково повертаємося до розуміння музики як техне: «піднесений» естетичний досвід слухання розглядається невіддільно від повсякденної практики, рутинної функціональності. Музика постає не лише як результат художньої творчості, а й як річ, товар, продукт технічного відтворення. Перед тим, як потрапити до слухача, вона витримує кілька етапів опосередкування, і нас цікавить, яким чином це впливає на її сприйняття. Чи міняються стосунки музиканта і слухача, як трансформується статус музичного твору і що являє собою практика слухання в умовах сучасної технічної медіації?

Намагаючись знайти відповіді на ці запитання, ми вирішили дослідити засоби комунікації, з якими найчастіше має справу теперішній слухач. Незважаючи на свою коротку історію, ці засоби вже потрапили в поле академічної рефлексії і отримали назву «нові медіа». В деяких західних університетах (насамперед у США, Великобританії, Канаді, Нідерландах) існують дослідницькі центри *new media studies* та однойменні навчальні програми. Результати вивчення цього напрямку публікуються на сторінках міжнародних видань “*New Media & Society*”, “*Television & New Media*”, “*Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies*”, що стали нам у нагоді при написанні цієї роботи. Та хоч «нові медіа» зробили порівняно успішну академічну кар'єру<sup>1</sup>, вичерпне концептуальне визначення цього поняття ще належить з'ясувати. Тому в нашому випадку його вживання має насамперед історико-описовий характер.

---

<sup>1</sup> Існує альтернативне поняття «цифрові медіа», яке не набуло широкого розповсюдження

У широкому розумінні нові медіа – це комп’ютерні, цифрові та мережеві технології, що набули широкого розповсюдження наприкінці ХХ століття. У своїй статті «Винаходячи медіум»<sup>2</sup> американська дослідниця Джанет Мюррей говорить, що незважаючи на множинність форматів існує «єдиний цифровий медіум», становлення якого почалося у 80-х роках минулого століття. Його прототипом для Мюррей є комп’ютер, що має чотири ключові властивості: процедурність, учасність (participatory), енциклопедичність і просторовість. Поєднанням процедурності та учасності досягається інтерактивність, що приносить користувачеві насолоду діяльності (agency). Американський дослідник російського походження Лев Мановіч у своїй книзі «Мова нових медіа»<sup>3</sup> (2001) визначає «об’єкти нових медіа» (new media objects) як такі, що мають цифрову репрезентацію (існують як інформація), а також відповідають принципам модулярності (різні елементи функціонують незалежно), автоматизації (можуть створюватися та модифікуватися автоматично), варіативності (представлені в множині версій), транскодування (можуть конвертуватися в інший формат). Мановіч зазначає, що ці принципи повинні розглядатися як веберівські ідеальні типи, які в більшій чи меншій мірі спрацьовують на конкретних прикладах. Дослідник також говорить, що всі нові медіа поділяють єдиний цифровий код і можуть відображатися одним і тим самими метамедіумом – комп’ютером.

Розглядаючи нові медіа в контексті музичної культури, ми намагаємося з’ясувати, як їхні властивості позначаються на музиці. При цьому нам доводиться обійти феномен електронної музики, оскільки він не має прямого стосунку до нових медіа в тому розумінні, в якому вживають це поняття його автори. Виникнення електронної музики пов’язують не з комп’ютерними чи цифровими технологіями, а з більш ранніми звуковими експериментами. Так,

---

<sup>2</sup> Murray J. *Inventing the Medium // The New Media Reader*. – Cambridge-London, 2003

<sup>3</sup> Manovich L. *The Language of New Media*

[http://books.google.com.ua/books?id=7m1GhPKuN3cC&dq=the+language+of+new+media&printsec=frontcover&source=bn&hl=uk&ei=-50xSsTslTFsgbg2smiCQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=4#PPT90.M1](http://books.google.com.ua/books?id=7m1GhPKuN3cC&dq=the+language+of+new+media&printsec=frontcover&source=bn&hl=uk&ei=-50xSsTslTFsgbg2smiCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4#PPT90.M1) – доступ від 29.04.2009

наприклад, російсько-німецький музичний критик Андрій Горохов стверджує:

«Гранулярний синтез був придуманий на початку 60-х, реалізований на початку 70-х. ... Декілька паралельних акустичних доріжок – стара ідея. Застосування білого шуму – ще одна стара ідея. Виск, різкий шум, уколи нойзу застосовував Штокхаузен в середині 50-х. Семплування з'явилося ще раніше. Алгоритмічним нарощуванням потоку музики займаються з середини 60-х. Модулярна структура синтезаторів – це теж 60-ті. Що залишилося? Та нічого»<sup>4</sup>.

Натомість предметом даного дослідження будуть ті опосередковані метамедіумом комп'ютера «об'єкти», що пов'язані з прагматикою музики. На нашу думку, нові медіа, якими визначається досвід слухача, – це аудіоформат MP3, файлообмінні та соціальні мережі, портативні цифрові плеєри. Цей перелік включає лише найтипівіші феномени, а тому, безсумнівно, може бути розширеним та нюансованим.

В основі роботи лежить опис та аналіз емпіричного матеріалу – «переслідування об'єктів», як називає цей метод англійський дослідник Девід Бір<sup>5</sup>. Ми звертаємося до комп'ютерних програм, файлообмінних сайтів, віртуальних спільнот, а також форумів та соціологічних досліджень, в яких слухачі розповідають про власний досвід. Коли мова йде про таке недавнє явище, як нові медіа, узагальнення неможливі без прямого доступу до емпіричної реальності. Тому наше дослідження побудоване на індукції – від одниничного, часткового ми рухаємося до загального. Такий підхід обумовлює структуру нашої роботи: вона розбита на три розділи, кожен з яких присвячений конкретному медіафеномену.

У першому розділі йдеться про аудіоформат MP3, нові практики слухання і трансформацію статусу музики. У другому розділі розглядаються музичні Інтернет-сервіси YouTube, MySpace, Last.fm, відносини між

---

<sup>4</sup> Горохов А. Дыра, прикрытая глянцем. – Москва, 2007. С.79

<sup>5</sup> Beer D. Making Friends with Jarvis Cocker: Music Culture in the Context of Web 2.0 // Cultural Sociology, #2, 2008

слухачами та музикантами і нові віртуальні форми музичної активності. Третій розділ присвячений портативному плеєру, що призвів для появи урбаністичного феномену walkman'a. Ми відзначаємо ті принципові риси, які відрізняють цифровий плеєр від його попередників, а також зупиняємося на загальних особливостях практики walkman'a. Окремі розділи частково перетинаються між собою на рівні проблематики або в референційному полі, але сама робота залишається гетерогенною – як і сучасна музична культура.

Що стосується теоретичного інструментарію, то ми поєднуємо кілька напрямів. Перш за все, це Франкфуртська школа (критична теорія) і, зокрема, праці Теодора Адорно, Макса Хоркхаймера та Вальтера Беняміна. Крім цього використовуються постструктуралістські концепції Жюльєн Дельоза, Фелікса Гваттарі, Юлії Крістєвої та Ролана Барта. Критичну і постструктуралістську лінії продовжує Бірмінгемський центр досліджень культури (cultural studies), представники якого також згадуються в нашій роботі. Імплицитно наше дослідження пов'язане з численними case studies послідовників Бірмінгемського центру: усталена інтелектуальна традиція проявляє себе на матеріалі британської музичної індустрії, що є одною з найпотужніших у світі. Дана робота частково примикає до нового наукового напрямку, який отримав назву «звукова культура», або “sound studies” (за аналогією до візуальна культура/visual studies). В основі цієї дисципліни лежать праці «Настроюючи світ» канадського дослідника Реймонда Мюррея Шафера та «Шум. Політична економія музики» французького автора Жака Атталі, до яких ми звертаємося в ході дослідження. Оскільки нашим предметом є нові медіа, ключовим автором можна вважати також канадського теоретика Маршала Маклюєна.

Незважаючи на те, що масштаби поширення MP3 чи Інтернету різняться в залежності від регіону, ці явища мають принципово глобальний характер. Тим не менше, міркування вітчизняних дослідників про нові медіа обмежуються «прикладними» дискурсами журналістики, юриспруденції, технологій або медіамистецтва – ґрунтовні дослідження в сфері гуманітарних

та соціальних наук ще не відбулися. Тим часом іноземні автори у своїх спробах опанувати цей предмет виходять на проблеми літератури, мови, візуальної культури, але майже ніколи не звертаються до музики і звуку. Новизна цього ракурсу становить особливий інтерес, але водночас ускладнює наше завдання. Там, де це можливо, ми намагаємося продемонструвати, яким є значення нових медіа в існуючих дослідженнях музичної культури. Оскільки багато аспектів залишаються нерозкритими, в роботі присутні також самостійні міркування. Це стосується, зокрема, українських реалій, які служать ілюстративним матеріалом досліджуваних проблем. Та було б помилкою вважати, що ми надаємо перевагу вітчизняному контексту – географічний, історичний, стилістичний діапазон музичних явищ настільки широкий, наскільки це можливо в рамках заданої теми і нашої персональної обізнаності.

## РОЗДІЛ І. MP3 і музика в умовах цифрового відтворення

### 1.1 Що таке MP3. Медіамаскування

Десять років тому, у жовтні 1999-го журнал Wired опублікував статтю із назвою «Популярніше за секс» (More Popular than Sex)<sup>6</sup>. Красномовний заголовок, під яким Дженніфер Салліван і Крістофер Джонс розповідають, що MP3 випередили порнографію у пошукових запитах і скачуванні з інтернету, є симптомом нової медіаепохи або, якщо додати трохи романтичного пафосу, медіареволюції. З кінця 90-х MP3 був і залишається найпоширенішим аудіоносієм, що відтіснив інші технології зберігання, розповсюдження та відтворення звуку – зокрема, компакт-диск (Audio-CD). Цей попередник MP3 протримався у лідерах дуже недовго, у свою чергу змінивши на початку 90-х компакт-касету (аудіокасету), яка супроводжувала аудіообіг від 70-х. З одного боку, MP3 «органічно» вписується в історію звукозапису і продовжує лінію еволюції техніки від фонографа та грамофона до CD. З іншого, MP3 стимулює появу нових практик слухання музики і соціальних відносин, що нею опосередковані.

Абревіатура «MP3» є скороченням від MPEG-1 Audio Layer 3 і позначає специфічний формат зберігання аудіоінформації. На початку 90-х років MP3 був розроблений робочою групою MPEG<sup>7</sup> в Інституті Фраунгофера (Німеччина). При цьому Карлгайнц Бранденбург – один із експертів-розробників — використовував для тестування алгоритму компресування (стискання інформації) запис композиції “Tom’s Diner” популярної американської співачки С’юзан Веги. Ця невігядлива пісня була обрана, поміж іншого, за свою «монофонічність» (в оригінальній версії вона виконується а капела), що дозволяла краще виявляти неповноту і дефекти скомпресованого звуку. У зв’язку з цим С’юзан Вегу часом називають

<sup>6</sup> Sullivan J., Jones C. More Popular than Sex. 10.14.1999

<http://www.wired.com/techbiz/media/news/1999/10/31834?currentPage=1> – доступ від 03.05.2009

<sup>7</sup> Moving Picture Experts Group – міжнародна організація, підрозділ ISO, що займається стандартизацією аудіофайлів



«мамою MP3», а про сам формат MP3 кажуть, що він був створений «суто для комфортного прослуховування улюбленої пісні Бранденбурга».

Звичайно, технологія компресування звуку цілком придатна і до більш нюансованих композицій. Та навіть абстрагуючись від жартів про «пріоритет» С'юзан Веги, ми не зможемо обійти ту специфічну преференційність, яка видозмінює будь-який музичний матеріал при переведенні в формат MP3. У вивченні того, як людина сприймає звук, MP3 заходить далі, ніж усі його попередники. В основі технології було закладено особливість людського сприйняття звуку і теорію психоакустики. Для компресування аудіоінформації MP3 викидає ті звуки, які «не сприймає» людське вухо, а реагує воно в середньому на коливання повітря діапазоном 16-20 кГц. До «непотрібних» при виробництві MP3 занесені також одночасні або маловіддалені в часі звуки однакової висоти, але різної гучності, тихіший з яких усувається. Ці способи стискання інформації мають назву «слухове/одночасне маскування» та «темпоральне маскування» відповідно. Канадський дослідник Джонатан Sterne виділяє ще один «трюк» із арсеналу MP3 – «просторове маскування»<sup>8</sup>, суть якого полягає у переведенні стерео, що зберігає інформацію про просторове розміщення джерела звуку, в моно, де ця інформація не розрізняється і, відтак, може бути знехтувана. Отже, звук у форматі MP3, – це лише частина тої аудіоінформації, яку ми отримуємо на компакт-диску, не кажучи вже про слухання «вживу».

При цьому варто зауважити, що акустична (як і, зрештою, будь-яка інша) чутливість має біосоціальну природу, поєднує вроджене і навчене, культурно сконструйоване. Як наслідок, здатність відчувати звук завжди індивідуальна. MP3, по-перше, не враховує ту меншість слухачів, яка здатна розрізнити високі частоти (більше 20 кГц). До того ж, для багатьох музикантів і дослідників непідвладна MP3 тактильність (не лише інфра-/ультра-, а й звичайного) звуку є не менш важливою характеристикою, ніж слухові

---

<sup>8</sup> Sterne J. The MP3 as Cultural Artifact // New Media Society №8, 2006. P.834

відчуття. По-третє, усуваючи один з майже/повністю одночасних чи рівних за висотою звуків, MP3 робить музику менш насиченою і нюансованою. Так, для тлумачення явищ консонансу та дисонансу, що лежать в основі європейської гармонії, застосовують поняття «акустичний слід»: звук лишає по собі протяжне в часі «враження звуку», яке за рахунок взаємодії з іншими слідами надає музиці яскравості і повноти. Ці сліди «тануть» при компресуванні, роздріджуючи первинний щільно насичений звук.

Безумовно, вищенаведена «технічна» інформація не покриває всі питання, що стосуються втручання MP3 в структуру звуку<sup>9</sup>. Але це виправдано тим, що в даному контексті вона лише допомагає продемонструвати наступну тезу: формат MP3 не є нейтральним посередником між музикою і слухачами – він бере безпосередню участь у творенні звуку. Це корелює з головною тезою «Розуміння медіа: розширення людини» (1964) канадського теоретика Маршала Маклюєна: сам медіум є тим повідомленням, яке він транслює<sup>10</sup>. За Маклюєном, «ті, хто займаються програмним «змістом» засобів комунікації, а не самим по собі засобом комунікації, опиняються в ситуації лікарів, які ігнорують «синдром нездужання як такий»<sup>11</sup>. Відтак для сучасного слухача музика постає у формі своєї відсутності – її присутність забезпечена втратами формату MP3.

Співвітчизник Маклюєна Джонатан Стерне<sup>12</sup> нагадує, що звук ніколи не існує «десь там», сам по собі, він народжується в самій людині при перетворенні коливань повітря в нервовий імпульс, який надходить в людський мозок. Вухо при цьому виступає тим фільтром, що не просто міметично відтворює звукові хвилі, а надає їм форми. Тобто звук існує тільки в процесі перцепції – як його наслідок, продукт і результат. Якщо, за Маклюєном, медіа є зовнішнім розширенням чуттів, то MP3 як розширення

---

<sup>9</sup> Детальніше про це див. напр. [audio.micronet.lv/books/AldoshinaPsychoacoustics.pdf](http://audio.micronet.lv/books/AldoshinaPsychoacoustics.pdf), <http://rus.625-net.ru/archive/z0200/3.htm> – доступ від 04.05.2009

<sup>10</sup> Маклюєн М. Понимание медиа: внешние расширение человека. – Москва, 2003.

<sup>11</sup> Там само. С.76

<sup>12</sup> Sterne J. The MP3 as Cultural Artifact // New Media Society №8, 2006

людського вуха – це фільтрування фільтра. Адже він випереджає слух у відсіюванні «зайвого» звуку і згідно зі стандартним кліше наперед визначає, що буде (не)почутим. Для Sterne це ситуація домінування техніки над людиною – «MP3 plays its listener», а не навпаки.

При цьому сам MP3 тяжіє до прозорості і самоусування. Його втручання в музичний твір не таке помітне й очевидне, як, скажімо, у випадку перших звукозаписів. «Деякі ранні пристрої затримувалися радше в зубах, аніж у вусі»<sup>13</sup>, – фонограф давав про себе знати навіть неуважним слухачам. Та головним камуфляжем MP3 не є структура звуку – тут він поступається більш «реалістичному» CD. Його анонімність пов'язана з тим, що MP3 не має матеріального носія: ми позбавлені можливості потримати його в руках, роздивитися, понюхати. Попередні практики прослуховування аудіозапису передбачали тактильний, гаптичний контакт з носієм. Треба було вручну класти диски чи платівки в програвач, упорядковувати їх і витирати пил чи навіть обережним рухом пальців діставати «заховану» касету з магнітофона, щоб склеїти пошкоджені ділянки. Натомість MP3 – це позбавлені власної матеріальної форми комбінації нулів і одиниць.

Вслід за Мартіном Хайдеггером MP3 можна назвати чистою наявністю. У своїх метафізичних міркуваннях про сутність техніки філософ каже:

«Де ми опинимося, коли зробимо ще один крок в осмисленні того, що таке постав сам по собі? Він аж ніяк не щось технічне, машиноподібне. Він спосіб, яким дійсно виходить з потаємності, стаючи наявним. ... Сутність сучасної техніки криється в поставі. Останній підкорюється місії розкриття потаємності»<sup>14</sup>.

У предметному світі MP3 присутній як чиста, вільна від матерії наявність невидимої метафізичної потаємності. До нього ніколи немає прямого доступу, є лише перманентна опосередкованість. «Цей факт, який характеризує всі медіа, значить, що «змістом» будь-якого засобу комунікації

---

<sup>13</sup> Sterne J. The MP3 as Cultural Artifact // New Media Society №8, 2006. P. 834

<sup>14</sup> Хайдеггер М. Вопрос о технике <http://kosilova.textdriven.com/narod/studia3/heid2.htm> – доступ від 04.05.2009

завжди є інший засіб комунікації»<sup>15</sup>. І справді, здається, що MP3 постійно вислизає, «переводить стрілки» – або на власне музику чи звук (на свій «програмний зміст», якщо використовувати терміни Маклюена), або на інші носії: флеш-накопичувач, CD чи DVD, жорсткий диск, комп'ютер тощо. Пересуваючись у просторі, ми не можемо взяти з собою файли MP3 – лише диск чи «флешку», на які вони записані. Також, ми завжди «слухаємо музику» чи «Бетховена», але не файловий формат. Знетілений невидимий MP3 припиняє самотійне існування, завжди постаючи як щось нетотожне, інше.

Ще одна перспектива «непомічання» MP3 – це ринок. В більшості випадків файли такого формату скачують в мережі чи копіюють у друзів, в обхід відносин купівлі-продажу. Це особливо характерно для України, де за MP3 платять «лише ліниві» і де, не в останню чергу завдяки лояльності законодавства, є значно більше можливостей безкоштовно скачати музику, ніж на Заході. При цьому вітчизняний CD місткістю 10-20 треків коштує не менше 30 гривень (4 USD), а в Європі чи США його ціна становить 10 USD і більше. Поруч з такими фінансовими «важковаговиками» MP3 здається невловимим, як повітря. Проте, як і в ситуації «знетілення» він лише сублімує фінансовий бік питання на посередників. Так, ми не платимо за скачані файли, але платимо за підключення до інтернету, комп'ютер і комплектуючі, програмне забезпечення. До того ж, ми витрачаємо час на пошук і скачування, вимушено переглядаючи великі обсяги реклами.

---

<sup>15</sup> Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширение человека. – Москва, 2003. С. 10

## 1.2 MP3 і необтяжливе слухання

Отже, у випадку з MP3 ми маємо справу з «розрідженим» звуком без матеріального носія і грошового еквівалента, у зв'язку з чим медіум здається непомітним. Щоб з'ясувати наслідки його появи для музичної культури варто звернутися до Теодора Адорно, який втілює «діалектичну єдність» критика, філософа та композитора-музикознавця. У 1961-1962 роках Адорно прочитав курс лекцій з соціології музики в Франкфуртському університеті, в основу якого лягли деякі з його напрацювань періоду вимушеної еміграції до США. Вже у «Популярній музиці» (1941)<sup>16</sup> звучить те протиставлення культур індустрії та мистецького авангарду, яке стало однією з ключових тез фундаментального розділу «Культуріндустрія: Просвітництво як омана мас» «Діалектики Просвітництва» 1944 року, написаної у співартовстві з Максом Хоркхаймером. У «Типах ставлення до музики» (1939) Адорно змальовує портрет нового персонажа свого часу – слухача, для якого музика є суцєю розвагою. Цей типаж кількісно переважає інші, а його вподобання невіддільні від засобів масової комунікації – зокрема, радіо. «Структура такого слухання схожа на структуру куріння. Вона визначається скоріше неприємним відчуттям у момент вимкнення радіоприймача, ніж хоча б найбільш незначним відчуттям задоволення, коли приймач увімкнений»<sup>17</sup>. Саме для такого слухача працює культуріндустрія, конвеєрним методом виробляючи легку музику, або «попсу», як би ми назвали її сьогодні. Основні риси останньої – стандартизація та псевдоіндивідуалізація, антиподами яких є інваріантність «серйозної» музики-мистецтва, що передбачає активне слухання.

На відміну від Маклюена Адорно не надає привілейованого значення медіуму. Але з певністю можна сказати, що музика в форматі MP3 належить до типу слухання-розваги хоча б тому, що стандартизація є її базовою характеристикою, оскільки виникнення MP3 відбулося в межах глобального

<sup>16</sup> Adorno T. W. On Popular Music

[http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On\\_popular\\_music\\_1.shtml](http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On_popular_music_1.shtml) – доступ від 04.05.2009

<sup>17</sup> Адорно Т. Типы отношения к музыке // Адорно Т. Избранное: Социология музыки. Москва-Санкт-Петербург, 1999. С. 21

проекту стандартизації ISO (International Organization for Standardization)<sup>18</sup>. Як каже Джонатан Sterne, «спочатку напрям аудіо в стандартах MPEG був дуже локальним завданням – частиною більшого проекту, що мав на меті стандартизувати компресування усіх форм цифрових медіа»<sup>19</sup>. MP3 компресує різні типи музики за однаковою технологією: існує стандартний діапазон частот і допустима «густина» звуку. Історія виникнення MP3 демонструє, що цей формат створювався не для серйозного вдумливого слухання, а для заповнення акустичного фону до інших, більш важливих занять. Завдання музики в MP3 – ненав'язливо розвіювати акустичну нудьгу. Як і в наведеній Адорно сцені з курінням, від неї скоріше вимагається просто тривати, ніж насичувати собою момент. Тому для певної категорії людей прослуховування файлів MP3 є невід'ємним елементом «сидіння за комп'ютером», під час якого паралельно можуть здійснюватися навчання, робота, перебування в глобальній чи локальній мережі (networking) тощо. MP3-файли слухають, одягаючи навушники, пасажери громадського транспорту чи офісні працівники, які намагаються таким чином згаяти час, абстрагуватися від зовнішнього шуму.

У зв'язку зі зростанням кількості «неуважних» слухачів музиканти відчули потребу інтенсифікувати звук, що вилилося у так звану «війну гучностей» (the loudness war)<sup>20</sup> – тенденцію посилювати гучність при обробці звукозапису, а також мінімізувати різницю між forte і piano на користь першого. Наприклад, запис пісні Something з альбому Abbey Road The Beatles 1969 року після чотирьох ремастерингів (1983, 1987, 1993 і 2000) став значно голоснішим. На діаграмі коливань звукової хвилі видно, що вона «виросла» в чотири рази, при чому саме в останній версії відбувся найбільший стрибок<sup>21</sup>. Таким чином понижена внаслідок розповсюдження MP3 насиченість звуку супроводжується додаванням йому сили. Роберт Левайн у своїй статті під назвою «Смерть точного відтворення» (The Death of High Fidelity) в журналу

<sup>18</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/International\\_Organization\\_for\\_Standardization](http://en.wikipedia.org/wiki/International_Organization_for_Standardization) – доступ від 05.05.2009

<sup>19</sup> Sterne J. The MP3 as Cultural Artifact // New Media Society №8, 2006. P.829

<sup>20</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Loudness\\_war](http://en.wikipedia.org/wiki/Loudness_war) – доступ від 05.05.2009

<sup>21</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Cd\\_loudness\\_trend-something.gif](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Cd_loudness_trend-something.gif) – доступ від 05.05.2009

Rolling Stone 2007 року каже, що «в еру MP3 якість звуку стала гіршою, ніж будь-коли дотепер»<sup>22</sup>. Автор також наводить мотивацію «винуватців»:

«Девід Бендес – продюсер, який працює з рок-групами типу Hawthorne Heights і Paramore – знає, що фани, зайняті Інтернет-серфінгом, слухають його альбоми через невеличкі комп’ютерні динаміки. Тому він не дивується, коли лейбли звукозапису просять інженерів з мастерингу при роботі над його CD підкрутити рівень звуку так високо, що навіть тихі частини звучать голосно»<sup>23</sup>.

Представники музичної індустрії вдаються до найпримітивніших засобів, аби тільки привернути увагу розфокусованих байдужих слухачів: чим голосніше лунає музика, тим більше шансів, що вона буде почута.

На противагу пасивному розважальному слуханню люди, які позиціонують себе як «уважних слухачів» і витрачають чималі суми на спеціальну апаратуру (т.зв. Hi-Fi/Hi-End), надають перевагу CD, іншим файловим форматам чи навіть досі зберігають вірність вінілам. MP3 в їх риторичці фігурує як вульгарний, грубий носій. Так, відвідувач одного з тематичних форумів пише: «Я слухаю музику в православному форматі .ogg, який є відкритим. Хоча іноді доводиться *опускатися* до mp3»<sup>24</sup>. На думку таких слухачів, MP3 спотворює «справжнє», «натуральне» звучання, вбиває в ньому те живе, що і становить найбільшу цінність музики. У цьому контексті можна згадати випадок Death Magnetic – останнього альбому популярного американського хеві-метал гурту Metallica, що вийшов у вересні 2008 року. Відразу після офіційного релізу фани Metallic’и написали петицію і організували збір підписів у режимі он-лайн: вони розчаровані якістю звуку і вимагають переробити альбом. «Нехай і група, і музична індустрія знають, що такий субстандарт аудіоякості – неправильний спосіб робити музику»<sup>25</sup>, – такими словами завершується петиція, яку підтримали понад 20 тисяч шанувальників гурту.

---

<sup>22</sup> Levine R. The Death of High Fidelity. 27.12.2007

[http://www.rollingstone.com/news/story/17777619/the\\_death\\_of\\_high\\_fidelity/1](http://www.rollingstone.com/news/story/17777619/the_death_of_high_fidelity/1) – доступ від 05.05.2009

<sup>23</sup> Там само

<sup>24</sup> <http://forum.ixbt.com/topic.cgi?id=12:44876> – доступ від 05.05.2009 (курсив наш)

<sup>25</sup> <http://www.gopetition.com/petitions/re-mix-or-remaster-death-magnetic.html> – доступ від 05.05.2009

Ще одна риса, яка дозволяє віднести MP3 до сфери необтяжливого слухання, – це характерний спосіб укладання акустичного меню, що його супроводжує. Для відтворення MP3-файлів потрібні спеціальні програми – плеєри, перший з яких називався Winplay3 і з'явився у 1995 році. Сьогодні існує багато таких програм, і всі вони мають дещо спільне. Зокрема, функцію випадкового вибору композиції (random-mode, shuffle тощо). Здебільшого, щоб послухати музику, у плеєр «скидають» кілька альбомів різних виконавців, або навіть весь MP3-архів, який в силу доступності формату може сягати десятків гігабайтів (сотні годин). Після цього слухач має можливість самостійно укласти послідовність композицій або, як це часто стається, простим натисканням лівої клавіші мишки/відповідної кнопки портативного плеєра встановити випадковий режим. У обговореннях на Інтернет-форумах прибічники такого вибору пояснюють свою мотивацію бажанням урізноманітнити, полегшити монотонність одного альбому/виконавця/стилю і не обтяжуватись потребою точного вибору. Зокрема, в одному з опитувань на тематичному сайті власники MP3-плеєрів відповідають: «Це [shuffle] чудово, бо ти слухаєш і *насолоджуєшся*»; «Ну, оскільки я не дуже розумію і ціную музику, мені не хочеться слухати цілу симфонію чи концерт чи навіть 4 треки Radiohead підряд. Мабуть, мені подобається різноманітність»<sup>26</sup>.

Ця опція прослуховування MP3-файлів уподібнює їх до описаного Адорно радіо, де слухачі пасивно сприймають вже обрані композиції. Зупиняючись на одній з кількох радіостанцій, вони роблять вибір загального напрямку, як і сучасні користувачі MP3, коли проводять попередню селекцію виконавців і альбомів. Але конкретний вибір не за ними – він делегований медіуму. Саме в такому ракурсі бачить сутність медіа французький соціолог техніки Бруно Латур. Він будує свою концепцію на прикладі механізму для автоматичного закривання дверей<sup>27</sup>: людина доручає йому певну функцію,

<sup>26</sup> <http://forums.ilounge.com/showthread.php?t=103428> – доступ від 07.05.2009 (курсив наш)

<sup>27</sup> Латур вживає лаконічне англійсько-французьке слово «groom», яке в українській перекладається громіздким словосполученням «механізм для автоматичного закривання дверей»



яку, в принципі, могла б виконувати сама (зачиняти). «Я скажу, що ми делегували (чи перемістили, переклали або змістили) на шарнір роботу реверсивного вирішення дилеми отвору в стіні»<sup>28</sup>, – пояснює Латур. Він пропонує широке розуміння техніки як всього нелюдського, що є делегатом людського, і в цьому сенсі перегукується з поняттям медіа як розширення людських чуттів у Маклюєна. Важлива подібність цих теорій і в тому, що Латур також вказує на соціальний зміст техніки: «Нелюди (the non-humans) переймають селективні погляди тих, хто їх винайшов»<sup>29</sup>. Безумовно, це не те саме, що «медіум є повідомленням», але «соціологія дверей» і концепція делегації показує, наскільки важливо розглядати техніку в соціальному контексті всупереч усталеній новочасній традиції занижувати/недооцінювати нелюдське (насамперед природу) у філософській рефлексії.

Отже, MP3 не просто нав'язує хаотичний порядок прослуховування, а робить це на прохання слухача, позбавляючи його певного клопоту. На CD чи вінілі послідовність музичних композицій укладається згідно з певними принципами. Про це свідчить, зокрема, поширена практика intro – вступної композиції, що налаштовує на (уважне) прослуховування всього альбому. Якщо слухач вважає заданий порядок надто репресивним, він може укласти свою індивідуальну комбінацію з файлів MP3. Але найчастіше важливий для «серйозної» музики синтаксис композицій<sup>30</sup> не принциповий для слухачів MP3. Натомість їх влаштовує «випадковий» порядок з не випадковою сутністю: він базується на принципі максимальної неповторюваності одного альбому/виконавця/стилю з метою «ненабриданья».

---

<sup>28</sup> Latour B. Where are the Missing Masses? Sociology of a Door <http://www.bruno-latour.fr/articles/article/050.html> – доступ від 08.05.2009

<sup>29</sup> Там само

<sup>30</sup> Про важливість синтаксису свідчать, зокрема, назви композицій, наприклад «Прелюдії і фуги» Й.С.Баха

### 1.3 MP3 як феномен культуріндустрії

Голландський музикознавець Елмер Шьонбергер у циклі своїх есе «Історія слуху» наголошує на тому, що аудіо як таке (незалежно від носія) – це неминуче зло: воно «вбиває» музичний твір, зводячи його до одного з безлічі можливих виконань. Описуючи свої враження від прослуховування *Igor Stravinsky Plays Igor Stravinsky* 1928 року, Шьонбергер вказує на те, що ранній Стравінський виконує власні твори в одному темпі, а в записаних його рукою пізніх партитурах вказується зовсім інший. Подібні нюанси, що підкреслюють автентичність і випадковість виконання, зникають навіть в записах «живих» концертів, які не лише ретельно обробляються і монтуються, а й специфічно записуються. «Чим досконалішими ставали протягом століття аудіоносії, тим досконалішою ставала триєдність виконання, запису і відтворення – і тим більше цей акустичний в'ючак (в'ючное животное) ставав нормою і – пам'яттю слухача»<sup>31</sup>. MP3 вдається випередити інші звуконосії на шляху від автентичного музичного твору до його стандартизованого виконання за рахунок відтворення – третього компоненту «в'ючної» тріади.

Ще у 1936 році Вальтер Беньямін говорив про поняття аури, до якого сьогодні звертається чи не кожна розмова про мистецтво і медіа. Аура – це те відчуття недоступності, дистанції, віддаленості, яке виникає при спогляданні унікального невідтворюваного шедевра і яке надає йому божественної суті. Саме аура становить особливу цінність музики для Шьонбергера. Його улюблені музичні персонажі – Стравінський і Шьонберг. Тут він іде услід Адорно, який розвиває власну теорію музичної естетики на основі їх протиставлення. І хоч, на відміну від Адорно, Шьонбергер обирає собі в протезе Стравінського, з погляду технічної відтворюваності йдеться про одне й те саме. Адже як нововіденські авангардні концерти, так і неокласичні опери та балети передбачають унікальне слухання тут-і-тепер. Тоді як MP3, навіть якщо це запис того ж Стравінського чи Шьонберга, рівно так само, як і

---

<sup>31</sup> Шьонбергер Э. Аудио... (2) // Шьонбергер Э. Искусство жечь порох. – Санкт-Петербург, 2007. С. 255

останній альбом Metallica, такий спосіб слухання унеможлиблює. Беньямін пише:

«Собор покидає площу, на якій він знаходиться, щоб потрапити в кабінет любителя мистецтва; хоровий твір, що прозвучав у залі чи під відкритим небом, можна прослухати у вітальні. Обставини, в яких може бути розміщена технічна репродукція твору мистецтва, навіть якщо не торкаються у всьому іншому рис твору, – в будь-якому разі вони обезцінюють його тут і тепер»<sup>32</sup>.

MP3 якраз не просто змінює умови присутності музики, позбавляючи її аури, а й «торкається рис твору». І шанувальники автентичного розуміють, що боротися з цим – це «боротися з вітряками», як каже блоггер журналу Rolling Stones Джо Леві. В одному зі своїх записів під назвою «На черзі альтернатива: випробування MP3» він робить наступний прогноз: «Саме так музика і виживе: як кольорова ілюстрація в книжці про мистецтво; при цьому оригінальний звук зберігатимуть у музеї ті, в кого досі є вертушки (turntables)»<sup>33</sup>.

Втрата дистанції, спричинена технічною відтворюваністю музики, за Адорно, має негативні наслідки для всієї культури. Одна з ключових ідей в «Діалектиці Просвітництва» звучить наступним чином: доступність того, що раніше було ізольованим, ліквідує привілеї освіченості і сприяє варваризації. «Той, хто в дев'ятнадцятому столітті платив гроші, щоб побачити драму чи почути концерт, ставився до вистави як мінімум з такою ж повагою, як до заплачених грошей»<sup>34</sup>. Сьогодні ж в очах слухачів, яким не доводиться платити за скачані з інтернету файли MP3, музика втрачає свою цінність. «У культуриндустрії однаково зникають як критика, так і повага: першій

---

<sup>32</sup> Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости <http://www.out-line.ru/ben.html> – доступ від 09.05.2009

<sup>33</sup> Levy J. Alternate Takes: The MP3 Challenge <http://www.rollingstone.com/rockdaily/index.php/2007/12/17/alternate-takes-the-mp3-challenge/> – доступ від 09.05.2009

<sup>34</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Культуриндустрия: Просвещение как обман масс // Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения <http://culturca.narod.ru/adorno.htm> – доступ від 09.05.2009

приходить на зміну механічна експертиза, другій – забудькуватий культ видатних діячів. Для споживачів більше ніщо не є дорогим»<sup>35</sup>.

Ці песимістичні ідеї знаходять своє продовження в сучасних музичних критиків – зокрема, у патетичному памфлеті «Діра, прикрита глянцем» російсько-німецького дослідника Андрія Горохова. Автор не вживає поняття «культуріндустрія» і не дає посилань на Адорно, але його висновки про сучасну музичну культуру когерентні з франкфуртською проблематикою. Горохов говорить про найбільшу в історії кризу сучасної музики, спричинену її комерціалізацією. Щодня з'являються тисячі нових груп, їх MP3-файли можна легко скачати в інтернеті, але загальна ситуація від цього не міняється: хорошої музики дуже мало, і доступ до неї з кожним днем ускладнюється через тонни аудіосміття, що викидаються у світ. На думку Горохова, вихолощення відбувається і в мейнстрімі (в найширшому значенні слова), і в електронній музиці, яка намагалася продовжити лінію авангарду.

«В ході mp3-буму з'ясувалася вкрай неприємна річ – не тільки CD як товар почав сприйматися як сильно переоцінений продукт, сама музика втратила попередню цінність. Інакше кажучи, mp3-музика – це музика-одноденка, кілька разів послухав і викидаєш. Музики стало багато, щось цікаве та відповідне своєму смакові знайти дуже важко. І музжурнали тут не в стані допомогти, вони, як і концерни, на гроші яких вони фактично існують, скоріше схильні цю ситуацію приховувати»<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Там само

<sup>36</sup> Горохов А. Дыра, прикрытая глянцем. – Москва, 2007. С. 48

## 1.4 Випробовування капіталізму

У міркуваннях про MP3 в контексті деградації звуку, культуріндустрії і знецінення музики відчувається певна приреченість. Хоча песимістичні оцінки мають вагомі підстави, сутність MP3 ними не вичерпується. Варто згадати, як в «Діалектиці Просвітництва» Адорно застерігає: «Вину за це в жодному разі не слід покладати на закон розвитку техніки як такої, а тільки лиш – на спосіб її функціонування в економіці сьогодні»<sup>37</sup>. Далі ми спробуємо відшукати ті способи функціонування MP3 в сучасній музичній економіці, які мають або можуть мати прогресивний потенціал.

Виникнення MP3 як компресованого звуку пов'язане з можливістю швидкого обміну музичними файлами між комп'ютерами, що знаходяться в різних точках простору. І це не лише зруйнувало піднесену ауратичну дистанцію між слухачем і твором мистецтва, а й створило певні проблеми для музичного капіталізму. Сьогодні достатньо ввести в Google комбінацію "stravinsky mp3", натиснути на одне з перших посилань, скачати «Концерт для скрипки і фортепіано» і вже за короткий час прослухати твори композитора. До цього в слухача ніколи не було можливості так швидко і умовно безкоштовно отримувати доступ до музики. Доводилось платити за диски чи квитки, що значило не лише подяку музикантам, а й тягар доданої ринком вартості. В одному зі своїх інтерв'ю Горохов каже: «Mp3 – це одна з найяскравіших культурно-музичних подій останніх років. Переоцінити mp3 неможливо. ... Тобто mp3 ліквідував посередників, фарцовщиків, піратів, які цілком свідомо та вузьколобо фільтрували музкультуру»<sup>38</sup>.

Великі лейбли звукозапису сьогодні тільки те і роблять, що нарікають на падіння продажу у зв'язку з «нелегальним» циркулюванням MP3-файлів. У першу чергу від цього продовжують страждати залежні від них музиканти, які, кажучи в термінах марксизму, відчужені від засобів виробництва. З іншого боку, «кризова» ситуація робить можливими альтернативні схеми

---

<sup>37</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Культуріндустрія: Просвещение как обман масс // Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения <http://culturca.narod.ru/adorno.htm> – доступ від 10.05.2009

<sup>38</sup> <http://www.muzprosvet.ru/interview.html> – доступ від 10.05.2009

розповсюдження музики. І «музичний пролетаріат» може обернути потенціал MP3 на свою користь.

Поки що найвідоміший прецедент у цій галузі стався з ініціативи учасників популярного англійського гурту Radiohead. У жовтні 2007 року, за півтора місяці до виходу офіційного CD, музиканти виклали на своєму сайті звернення до шанувальників, у якому пропонували за довільну суму придбати їхній новий альбом *In Rainbows* у форматі MP3. Ця пропозиція виявилася настільки успішною, що за ті 10 днів, протягом яких вона була актуальною, більше мільйона фанів Radiohead придбали цифрову версію альбому. Вокаліст групи Том Йорк в одному зі своїх інтерв'ю розповів, що, спостерігаючи за тим, як їхні попередні записи безоплатно скачують з інтернету, музиканти вирішили самостійно організувати «відтік». На цьому Radiohead вдалося заробити більше, ніж на будь-якому з попередніх альбомів. Випадок *In Rainbows* важливий тим, що показує, як розхитується існуюча товарна форма музики. Пропонуючи довільну суму за новий альбом улюбленого гурту, шанувальники Radiohead фактично знівелювали його надлишкову вартість і оцінили саму працю музикантів, їх зусилля і витрачений час.

У своїй полемічній роботі «Шум. Політична економія музики» (1985) французький дослідник Жак Аталі пише, що музика не мала товарної форми в момент появи звукозапису. Її комодитизація відбулася лише згодом, коли «білі» відібрали музику «чорних» і повернули її у формі товару – специфічного вестернізованого джазу. Прикметно, що перші джазові платівки – це записи «білих» музикантів (Пол Вайтмен, Бенні Гудмен, Стен Кентон), але їхня перша аудиторія – «чорна». Розвиток музичної індустрії, а також емансипація молоді (її цільової аудиторії) перетворили музику на товар, який можна обмінювати і накопичувати, продавати і купувати. Як і будь-який товар, вона має надлишкову вартість, що є як джерелом прибутку, так і причиною експлуатації. З такої перспективи MP3 можна розглядати як

спосіб подолання відчуженості музикантів від результатів їхньої творчої праці і повернення до споживчої вартості музики.

Головний парадокс музики як товару, за Аталі, можна було б сформулювати так: люди витрачають час, щоб ще раз витратити час. Свій робочий час, за який вони отримують гроші, слухачі обмінюють на аудіозаписи, повторне прослуховування яких вимагає (додаткового) часу. На думку Аталі, це сприяє тому, що слухачі-споживачі все більше накопичують музику і все менше її слухають. *«Люди купують більше записів, ніж можуть прослухати. Вони накопичують те, для чого хочуть знайти час, щоб його послухати. Корисний час і обмінний час руйнують один одного»*<sup>39</sup>. У світлі цих роздумів появу легкої музики можна трактувати як наслідок нестачі часу на активне вдумливе слухання. Та якщо Адорно, розуміючи це, все ж вважає її негативним явищем, то Аталі навпаки розглядає «вчену» музику суто як класовий атрибут: *«Зрештою, твори Гайдна і Моцарта були майже виключно фоновою музикою для еліти, яка цінувала їх тільки як символ влади»*<sup>40</sup>.

MP3, який від самого початку створений для (безкоштовного) обміну між слухачами, позбавляє музику її статусного сенсу. Безумовно, існує певна інерція – ті, хто ставляться до музики як до об'єкту володіння, і далі продовжують її колекціонувати. Але стосунки, які складаються між власником MP3-архіву і його колекцією, втрачають колишній характер приватної власності. Насолода колекціонера базується на максимальній інтимності його відносин з річчю – перебуваючи в його колекції, вона не може належати іншим. Навіть якщо річ не унікальна, її тираж завжди скінчуваний, а отже існує тільки обмежена кількість екземплярів і власників. MP3 ж від самого початку розрахований не на те, щоб приватно володіти «річчю», а щоб нею ділитися – його можна безкінечно помножувати і роздавати. Символічний статус такої колекції дискредитується темпами розвитку технологій: якщо ще кілька років тому можна було когось вразити

---

<sup>39</sup> Attali J. Noise: The Political Economy of Music. – Minneapolis, 1985. P.101

<sup>40</sup> Там само. P.111

десятками гігабайтів, то сьогодні вже нікого не здивуєш сотнями – рахунок ведуть терабайтами<sup>41</sup>. І всі ці немислимі обсяги інформації продовжують множитися – їх не тільки невпинно копіюють з носія на носій, а й викладають на файлообмінні сайти, доступ до яких має необмежена аудиторія. MP3 перетворився на об'єкт відкритої колективної власності – кожен може стати «статусним» колекціонером.

Як ми уже говорили, MP3 не існує сам по собі – він включений в існуючу систему економічних відносин і багато в чому наслідуює її ідеологію, виконуючи функцію «сиру в мишоловці». Але разом з тим йому вдалося розхитати засадничі принципи музичної індустрії. Таким важливим «побічним» ефектом появи MP3 стала зміна централізованої системи розповсюдження музики внаслідок активізації позаринкового файлообміну. Для вільного циркулювання файлів були створені комп'ютерні мережі нового типу – P2P (peer-to-peer). Їх принципова відмінність полягає в децентралізованій архітектурі: всі учасники рівноправні і можуть зв'язуватися між собою напряму, не потребуючи посередників (серверів); не існує загальної влади, яка може їх контролювати; кожен розраховує лише на себе, не покладаючись на інших. Піонером серед комп'ютерних мереж цього типу був Napster – спеціальний сервіс для обміну файлами MP3. Сьогодні за його принципом функціонують найрізноманітніші системи циркулювання фільмів, книг, програмного забезпечення тощо. Той факт, що саме MP3 став першим об'єктом нового типу «колективної» власності, засвідчує його «децентралізуючий» потенціал.

У червні 1999 року студент Північно-західного університету в Бостоні Шон Фенінг уперше запустив Napster. Мережа швидко стала популярною, оскільки дозволяла учасникам вільно обмінюватися файлами MP3. У лютому 2001 Napster нараховув більше 26 мільйонів користувачів по всьому світу, а вже у липні цього ж року припинив свою діяльність за рішенням суду.

---

<sup>41</sup> 1 терабайт = 1024 гігабайти. Середньостатистичний MP3 займає в середньому 3-11 мегабайти (1гігабайт=1024мегабайти)



Цікаво, що приводом судового процесу над Napster стало не розповсюдження «піратських» MP3 саме по собі, а поява в мережі композицій з тих альбомів, у яких ще не було офіційного релізу. Американська співачка Madonna, що була серед музикантів-позивачів, до інциденту навіть проводила з Napster переговори щодо співпраці. А все тому, що ця мережа продемонструвала себе як потужна платформа для популяризації музики. Користувачів приваблювало те, що в ситуації, коли якість альбомів погіршується, а ціна дисків зростає, вони отримували доступ до того, що дійсно вартувало уваги<sup>42</sup>. На Napster'і з'являлися рідкісні записи, яких не було на інших мережевих ресурсах. Багато незалежних музикантів виявили свою прихильність до сервісу, оскільки він дозволяв їм здобути аудиторію без ротації на радіо та супровідної медіакампанії. Саме Napster'у завдячує своєю популярністю четвертий альбом Radiohead "Kid A": до цього англійський гурт не користувався особливою популярністю в США, і його крен від «попсового» звуку до експериментів з електронікою, що відбувся у цьому альбомі, не посприяв би їх популяризації. Але внаслідок того, що "Kid A" передчасно потрапив на Napster, на момент офіційного релізу гурт уже мав мільйони шанувальників в Америці і світі.

Австралійський дослідник Джон Скеннел інтерпретує MP3 і Napster як прояв детериторіалізації і номадичного мислення, концепцію якого вперше запропонував Жиль Дельоз в «Логіці смислу» (1969). Детальніша розробка номадологічного проекту відбулася в «Тисяча плато» – другій частині праці «Капіталізм і шизофренія», що написана спільно з Феліксом Гваттарі (1980). Говорячи про територію, Дельоз і Гваттарі звертаються до музичних метафор<sup>43</sup>. На їх думку, здатність до (ре)територіалізації закладена в основі музики, що відрізняє її від більш просторово детермінованих візуальних

---

<sup>42</sup> Детальніше див. напр. Marshall L. The Effects of Piracy upon the Music Industry: A Case Study of Bootlegging Bootlegging // Media Culture Society # 26, 2004

<sup>43</sup> Йдеться, зокрема, про 11 частину Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia <http://books.google.com/books?id=B9xLrS6mpGoC&printsec=frontcover&dq=A+Thousand+Plateaus&ei=I0wNSyvaD5GiygSs3-yvCw&hl=ru#PPR7,M1> – доступ від 12.05.2009

мистецтв. Розповсюджуючи афекти, завдяки яким відбуваються становлення, музика утворює нові територіальні формації. Так, спів птаха поширюється в просторі і кожного разу маркує нову територію. Конструктивним елементом побудови нових територіальних формацій виступає *рефрен* – ритмічне (немелодичне) повторення. Його потенціал до (ре)територіалізації базується на тому, що це повторення не ігнорує нове/відмінне, а навпаки – кожного разу екстеріоризує його, вказує на нього. Хоча рефрен сам по собі є лише провідником (ре)територіалізації, а не причиною детериторіалізації, його екстеріоризаційна сутність дуже важлива. Це стає зрозумілим, коли Дельоз і Гваттарі протиставляють філософію державного апарату і номадичне мислення<sup>44</sup>. Перша з них служить збірним образом західної метафізики – їй важливо відкинути зовнішнє і зафіксувати територію в територіалізації, структурувати потоки сингулярностей у стійкі ідентичності. Тоді як номадичне мислення базується на нетотожності, розрізнюванні та шизофренії, воно завжди зовнішнє, нестабільне, перманентно схильне до реконфігурації. Прикладом організації державної машини є шахи, де всі елементи наперед задані, прикуті до своїх ідентичностей з обмеженим набором можливостей для гри. На противагу цьому номади-кочівники наслідують модель гри Го, в якій існує лише ситуативна визначеність.

«Шахи дійсно є війною, але інституціоналізованою, регульованою, запрограмованою війною з фронтом, тилом і битвами. А для Го підходить війна без ліній боротьби, нема ні конфронтації, ні відступу, ні навіть самих битв: чиста стратегія, тоді як шахи – це семіологія... «Рівний» (smooth) простір Го проти «поораного» (striated) простору шахів»<sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Мається на увазі 12 частина Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia <http://books.google.com/books?id=B9xLrS6mpGoC&printsec=frontcover&dq=A+Thousand+Plateaus&ei=I0wNSyvaD5GiygSs3-yvCw&hl=ru#PPR7,M1> – доступ від 12.05.2009

<sup>45</sup> Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia <http://books.google.com/books?id=B9xLrS6mpGoC&printsec=frontcover&dq=A+Thousand+Plateaus&ei=I0wNSyvaD5GiygSs3-yvCw&hl=ru#PPR7,M1> P. 389 – доступ від 12.05.2009

Для Джона Скеннела MP3 – це той рефрен, який перетворює автономних дисперсних індивідуумів у номадичну військову машину. У ньому музика досягає найвищої потенції детериторіалізації. Принцип організації P2P відкриває можливість максимальної детериторіалізації: кожного разу, коли музика поширюється від комп'ютера до комп'ютера, утворюється нова просторова петля – територіальна формація, яка швидко переконфігурується при переході до «наступнішого» комп'ютера. P2P – це рівна гладка поверхня, по якій легко ковзає рефрен. При цьому наперед задані ідентичності не враховуються: користувачі децентралізованих мереж можуть обмінюватися файлами незалежно від класу, гендеру, національності – як фішки Го. В той же час «державницький» музичний капіталізм нав'язує слухачам певні класові/національні/вікові обмеження, яких вони змушені дотримуватися, як і шахові фігури. Обмін файлами серед учасників мереж P2P нагадує спів птаха, яким його бачать Дельоз і Гваттарі, – він маркує присутність:

«Динамізм – це сила детериторіалізації і подальшої ретериторіалізації наших відчуттів від теперішньої темпоральності через здатність музики «торкатися» або територіалізуватися просторово. Ось чому ми створюємо файли з цифровою музикою і розповсюджуємо їх в інтернеті – щоб територіалізувати нашу віртуальну присутність у несумісних просторах»<sup>46</sup>.

Скеннел завершує свої рефлексії про Napster констатуванням факту його комерціалізації, що могло б свідчити про перемогу державного апарату в боротьбі за територіалізацію. Але номадична машина війни продовжує діяти: як вже було сказано, вона є «чиста стратегія». Низка тактичних поразок лише доводить, що війна триває. Це підтверджується, зокрема, судовим процесом над одним з найбільших у світі торрент-трекерів<sup>47</sup> Pirate Bay, що відбувся у квітні 2009 року в Швеції. Чотирьох засновників сервісу визнали винними і

---

<sup>46</sup> Scannell J. Renegade Refrains: MP3 and the Pursuit of Affect // Convergence # 7, 2007. P.69

<sup>47</sup> Торрент-трекер – комп'ютерна мережа P2P нового покоління

засудили до позбавлення волі та кількомільйонного штрафу. Незважаючи на це, «пірати» вважають себе переможцями, оскільки інформаційний розголос справи тільки поживив процеси файлообміну. Рішення суду подається на апеляцію, а суддю підозрюють у лобюванні інтересів великих медіакорпорацій. Уряди Великобританії, Німеччини, Норвегії відреагували на цю подію офіційними заявами про те, що не будуть вживати жодних заходів щодо обмеження файлообмінних процесів у своїх країнах.

Майбутнє файлообмінної номадології залежатиме від того, чи вдасться їй вивернутися від ідентичності, що нав'язується державним апаратом. Саме такою ідентичністю є риторика засудження «піратства». Вона виключає «нетотожне» – зокрема те, що до файлообміну причетні як «незаконні», так і «законні» копії MP3. Коли засновників Pirate Bay змушують платити штраф у 3,6 мільйони доларів, їх обвинувачують у викраденні цих коштів з кишені розповсюдників. При цьому само собою розуміється, що ті, хто скачують MP3, відмовляються їх купувати. Хоча головна причина некупівання – це невиправдана дороговизна, і власники безкоштовних MP3 просто не готові платити встановлені корпораціями суми. Вибір стоїть не придбати vs «нелегально» скачати, а скачати vs взагалі не слухати<sup>48</sup>. А отже покарання «піратів» не врятує культурний капіталізм. На думку російського публіциста Бориса Кагарлицького, існуючу музичну індустрію (на відміну від файлообміну) чекає песимістичне майбутнє: «Криза капіталізму співпала з загостренням боротьби довкола норм інтелектуальної власності. І це не випадково. Старий порядок, що призвів до нинішнього стану справ, втрачає повагу і довіру, його основи, включаючи правові принципи, на яких він побудований, оскаржуються і висміюються»<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> Про мотивацію «даунлоундерів» див. детальніше Kinnally W. Getting up on the Download: College Students' Motivations for Acquiring Music via the Web // New Media Society #10, 2008

<sup>49</sup> Кагарлицький Б. Пірати Балтійського моря <http://www.vz.ru/columns/2009/4/28/280419.html> – доступ від 16.05.2009

## РОЗДІЛ II. Віртуалізація музики та мережеві спільноти

### 2.1 Мультимедіа як спектакуляризація музики

За останні десять років користування Інтернетом стало настільки звичною повсякденною практикою, що колишній образ прогресивної технічної еліти з нею більше не асоціюється. До віртуальної реальності, про яку пересічні люди дізналися з літератури кіберпанку у 80-х (зокрема, з романів Вільяма Гібсона), сьогодні має прямий доступ широка аудиторія. Комп'ютер, підключений до Інтернету, перетворився у щось значно більше, ніж технічну фантазію чи елемент інтер'єру, – він став частиною габітусу, прикладом тілесно-несвідомого вчуття людини в технологію. Інтернет провокує культуру на віртуалізацію – її виробництво і споживання все частіше відбувається не в «реальному світі», а за комп'ютером чи ноутбуком. Це позначилося і на музиці: відколи слухачі та виконавці приєдналися до мережі, Інтернет перетворився на середовище поширення, обговорення і виробництва найрізноманітніших проявів музики. Щоб зрозуміти, яким чином це вплинуло на музичну культуру, ми розглянемо ключові проблеми, пов'язані з поширенням музики в Інтернеті.

Користуючись комп'ютером, людина перебуває в ситуації мультимедійності – вона дивиться, слухає, торкається мишки та клавіатури, а отже, отримує візуальну, звукову і тактильну інформацію одночасно. У цьому сенсі, за Маклюеном, комп'ютер схожий на телевізор – це холодний медіум: він не «розжарює» одне чуття до ступеня високої визначеності, як це робить, наприклад, «гаряче» радіо, а дає можливість помірної активності (різних) чуттів<sup>50</sup>. «Дописуючи» медіаісторію людства після Маклюена, іспанський дослідник Мануель Кастельс говорить про сучасність як про епоху поступової інтеграції роз'єднаних в часи «галактики Гуттенберга»

---

<sup>50</sup> Маклюэн М. Глава 31. Телевидение. Застенчивый гигант // Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширенное человека. – Москва, 2003.

письмових, усних та аудіовізуальних способів комунікації<sup>51</sup>. Внаслідок цієї інтеграції музика втрачає своє автономне поле, перетворюючись на один з елементів мультимедіа поруч з текстами та візуальними образами. Як наслідок, розвивається індустрія акустичного дизайну, що застосовується для оформлення програм і сайтів<sup>52</sup>. Звукові ефекти підсилюють візуальну інформацію, супроводжують дії користувачів і шокують, вриваються в пам'ять. Так, комп'ютеризований вигук «О-оу» – означник надісланого повідомлення в популярному месенджері<sup>53</sup> ICQ – став упізнаваним акустичним символом і цитується поза оригінальним контекстом.

Найпопулярнішим мультимедійним Інтернет-сервісом є YouTube, заснований 2005 року. Це третій за відвідуваністю сайт у світі і восьмий в Україні<sup>54</sup>. Його назва походить від сленгового “boob tube” (англ. «ящик») і дослівно перекладається як «ТиЛевізор». Гаслом “Broadcast Yourself” (транслуй себе) YouTube заохочує всіх викладати на сайті відео, і завдяки простоті цієї процедури щодня тут з’являється 150 тисяч оновлень<sup>55</sup>. Для нас важливо, що в цьому відеоокеані домінує категорія «музика» (19,8%)<sup>56</sup>, хоча на YouTube можна знайти відео всіх можливих жанрів – документальні та художні фільми, телепрограми, відо-арт, рекламу та любительські зйомки.

Вже з назви можна зрозуміти, що найближчим «родичем» YouTube у світі медіа є телебачення, а точніше – MTV (музичне телебачення), що існує з 1981 року. Головний внесок MTV в історію музичної культури полягає в популяризації жанру відеокліпу (music video). У час заснування ідея MTV полягала в тому, щоб «показувати музику» 24 години на добу, перериваючи її лише лише короткими вступами ведучих. Тепер воно більше концентрується

---

<sup>51</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/05.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php) – доступ від 15.05.2009

<sup>52</sup> Детальніше про роль звуку у веб-дизайні: Lee Tsang. Sound and Music in Website Design // Music, Sound and Multimedia. From Live to the Virtual Edinburgh University Press, 2007

<sup>53</sup> Месенджер – програма для миттєвого обміну короткими повідомленнями

<sup>54</sup> <http://www.alexa.com/topsites/global> – доступ від 15.05.2009 (за глобальною статистикою, YouTube випереджають лише пошуковики Google.com і Yahoo.com)

<sup>55</sup> <http://mediatedcultures.net/ksudigg/?p=163> – доступ від 15.05.2009

<sup>56</sup> Там само

на ріеліті-шоу та програмах для підлітків і молоді, тоді як на YouTube цей жанр користуються великою популярністю.

Проблематика MTV і музичного відео належить ділянок, що були ретельно опрацьовані Cultural Studies. Одна з перших програмних праць «MTV: пост-структурний пост-модерн» (1986) Джона Фіске<sup>57</sup> задала тональність подальших рефлексій: злиття «високого» і низького», колажність, інтертекстуальність, занепад «великого кінонарративу». Ці рефлексії стали предметом критики наступного покоління дослідників – зокрема, йшлося про надмірне споріднення відеокліпів і кіно<sup>58</sup>. Натомість канадська дослідниця Джоді Берленд говорить про новий парадоксальний тип стосунків між звуком і зображенням, що виникає у відеокліпі: з одного боку, візуальний план перетягує слухача на свою сторону, залишаючи звук у тіні, з іншого – метою і виправданням його існування є саме музика, для просування якої він створений. «Музичне відео одночасно привертає нашу увагу до пісні і відвертає від неї, поміщаючи себе на місці того, що воно репрезентує»<sup>59</sup>.

Ця мимобіжність візуального і звукового ряду нехарактерна для кіно, де музика підпорядкована ієрархічній структурі: вона буває дієгетичною чи недієгетичною і завжди виконує певну художню функцію. У відеокліпі можна накласти зображення і звук, ніяким чином їх не синхронізуючи, адже візуальні образи «приклеюються» до музики вже завдяки самому накладанню. Саме тому непринципово ділити музичні відео на «випадкові», що ніяк не відсилають до звуку, чи «тавтологічні», які дублюють сюжет пісні, зображають виконавця тощо – «злипання» аудіо та відео відбувається в будь-якому разі. Для Павла Пепперштейна перегляд відеокліпу схожий водоспад образів, калейдоскоп, галюцинацію. «Подібний відеоряд добрий тим, що його можна використовувати як завгодно, – на нього можна

---

<sup>57</sup> Fiske, J. MTV: post-structural post-modern // Journal of Communication Inquiry, #1, vol. 10, 1986

<sup>58</sup> Див. напр. Goodwin E. Fatal Distractions: MTV Meets Postmodern Theory // Sound and Vision. – Routledge, 1993

<sup>59</sup> Berland J. Sound, Image and Social Space: Music Video and Media Reconstruction // Sound and Vision. – Routledge, 1993. P.20

нашарувати будь-яку пісню, його можна завершити коротким написом, що рекламує банк, телефонний зв'язок чи страхове агенство»<sup>60</sup>.

YouTube продовжує започатковану MTV лінію спектакуляризації музики. Як один з найпопулярніших музичних ресурсів він демонструє, що музика перетворилася на видовище, – сьогодні її дивляться, а не (лише) слухають. У цьому сенсі можна згадати метафоричний ряд, яким так часто характеризують західну культуру – «спектакль» (Гі Дебор), «паноптикон» Мішель Фуко, «кінематографічність» Фредерік Джеймсон і т.д. Якщо з видовищністю MTV пов'язують виникнення популярної музики (що, все ж таки, передбачає існування іншої, непопулярної музики), то YouTube свідчить про спектакуляризацію музики як такої. У MTV від початку був свій формат і цільова аудиторія, яка з часом тільки викристалізувалася. YouTube порівняно «всеїдний» – обмеження існують лише для тих, хто не може користуватися Інтернетом, а також для порушників «копірайту» і розповсюджувачів порнографії.

Поняття *nobrow*, яке запровадив американський журналіст Джон Сібрук, стосувалося нового типу культури, втіленням якого було MTV<sup>61</sup>. До кінця 80-х в Америці зберігалася бінарна структура, що протиставляла *highbrow* і *lowbrow*: ті, хто могли собі це дозволити, насолоджувалися «чистим» високим мистецтвом і плекали свій інтелект і смак, поки решта задовольнялася розвагами і більш примітивними формами популярної культури. *Lowbrow* наслідувало і мавпувало *highbrow*, яке завжди трималося осторонь будь-якої виробничо-комерційної вульгарності. У *nobrow* не існує критеріїв поділу на високе і низьке – все можна змішувати, рекламувати, продавати. Еклектичне музичне відео продає/рекламує музику, на яку воно зняте: маркетинг зливається з культурою.

У порівнянні з MTV YouTube має ширший *nobrow*-діапазон: відео-кліпами тут «обзаводяться» не лише Eminem і Nirvana, а також Бах і

---

<sup>60</sup> Пепперштейн П. Гляда на водопад. Бивис и Батт-хед на MTV // Мазин В. Пепперштейн П. Толкование сновидений. – Москва, 2005. С. 554

<sup>61</sup> Сібрук Дж. *Nobrow*. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. – Москва, 2005



Бетховен, Стравінський і Шьонберг, Саті і Штокгаузен. Користувачеві, який дивиться-слухає «9 симфонію» Бетховена, паралельно пропонують інші записи композитора, а також, між іншим, виступ Світлани Лободи на «Євробаченні». При цьому завжди є можливість оцінити і Бетховена, і Лободу – їм можна поставити «не тягне», «нічого особливого», «варто подивитися», «досить добре» або «відмінно».

Щоб якось структурувати цей шизофренічний потік музики і відео, YouTube пропонує свої орієнтири – кількість «зірочок», переглядів і рейтинг. Борис Гройс, який вводить паралельне з *pubrow* поняття поп-смаку, каже, що культурний «середнячок» замінює колишні мистецькі критерії кількісними медіапараметрами – всеможливими цифрами і хіт-парадами<sup>62</sup>. В інтернеті загалом і на YouTube зокрема це працює краще, ніж будь-де: сума коментарів, посилань, кількість переглядів та оцінок зводять в одну категорію колись конфліктуючі музичні та візуальні естетики. Так, за мірками YouTube, «Токката і fuga ре-мінор» Баха перебуває в одній категорії з «Come Together» The Beatles, адже у них однаковий рейтинг і подібна кількість переглядів. Ці приклади ілюструють, як змінюється музика в часи *pubrow* – вона реструктурується згідно з законами чисел.

---

<sup>62</sup> Гройс Б. Поп-вкус // Гройс Б. Комментарии к искусству. – Москва, 2003. С.225-240

## 2.2 Музика і культура участі

Основна риса, що відрізняє нові медіа від телебачення – це інтерактивність. За Пепперштейном, по-веберівськи ідеальні глядачі MTV – це Бівіс і Баттхед: через тупе гикання і безперервне «втикання» в екран вони досягають просвітлення, як дзенські самітники при спогляданні гірських водоспадів. YouTube натомість спонукає Бівіса і Баттхеда діяти, проявляти активність і брати участь у тому, що відбувається: їм пропонують залишати коментарі, давати оцінку, формувати список улюблених відео, ділитися ними з віртуальними друзями і головне – поширювати власну аудіовізуальну творчість. З цього приводу в теорії медіа початку 21-го століття з'явилися поняття *контент, створюваний користувачами* (user-generated content) та *культура участі* (participatory culture).

Американський дослідник Генрі Дженкінс закликає реформувати систему освіти і підвищити рівень медіаграмотності та соціальної активності, бо цього вимагає культура участі, що виникла внаслідок поширення нових медіа. За Дженкінсом<sup>63</sup>, культура участі характеризується тим, що встановлює низькі бар'єри для мистецької реалізації чи громадянської дії; підтримує творчість і її оприлюднення; учасники відчувають важливість своїх внесків у цю культуру; більш досвідчені з них виступають в ролі неформальних наставників для решти; думка інших про тебе має важливе значення. Прибічники (суб)культури участі вірять, що людина не просто споживає продукти медіа, а виступає їх активним творцем. YouTube – лише один з багатьох Інтернет-сервісів, які заохочують створення контенту користувачами і пропагують культуру участі. До них також належать блоги (livejournal, blogspot, wordpress), соціальні мережі (myspace, facebook, vkontakte), колективні проекти на зразок Вікімедіа та багато інших. Голландський теоретик нових медіа Мірко Тобіас Шефер<sup>64</sup> вважає, що

---

<sup>63</sup> Jenkins H. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21<sup>st</sup> Century (2005) <http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf> – доступ від 16.05.2009

<sup>64</sup> Schäfer M.T. Bastard Culture! User Participation and the Extension of Cultural Industries <http://www.scribd.com/doc/8594831/Bastard-Culture-User-participation-and-the-extension-of-cultural-industries> – доступ від 16.05.2009

поняттям культури участі Дженкінс розвиває більш ранні дослідження активності аудиторії: зокрема, моделі кодування/декодування Стюарта Холла<sup>65</sup> і гетерогенності класових, гендерних, расових перцепцій Джона Фіске<sup>66</sup>.

Отже, сьогодні Бівіси і Батт-хеди, життя яких минало перед телеекраном MTV, пересіли за персональні комп'ютери, оснащені веб-камерами і програмами редагування звуку та відеомонтажу. Вони співають, грають на музичних інструментах, пишуть електронну музику і знімають відео-кліпи. Один з перших сервісів, який запропонував їм можливість публікувати свою (музичну) творчість, – це MySpace. Він існує з 2003 року і вирізняється, між іншим, мультимедійною опціональністю – сюди можна викладати тексти, відео, фото, а також власні аудіозаписи. У MySpace «вмонтовано» аудіо-плеєр, який автоматично вмикається при переході на сторінку. Це заохотило мільйони професійних музикантів і аматорів оприлюднити свої творчі доробки на сайті. З 2005 року існує спеціальна компанія звукозапису MySpace Records, яка працює з учасниками цієї мережі. За статистикою 2008 року, «8 мільйонів артистів здобули популярність завдяки MySpace»<sup>67</sup>. Серед них – і поп-музиканти (Лілі Аллен, Шон Кінгстон), і «альтернатива» (англійська група Arctic Monkeys).

Усвідомлюючи, що колишнє хоббі може перетворитися на «справу життя» з усіма наслідками – контракти, гроші, визнання – виконавці-аматори активно користаються з можливостей MySpace. Щоб це зрозуміти, достатньо зареєструватися в мережі і «підписатися» на кількох улюблених музикантів, що тут представлені: вже за дуже короткий час посипляться пропозиції «дружби» від невідомих виконавців з усього світу. Так, наприклад американський хіп-хопер Azrel персонально звертається до незнайомого користувача із закликом звернути на нього увагу: «ЗАЛИШ КОМЕНТАР,

---

<sup>65</sup> Hall S. Encoding/Decoding // Culture, Media, Language. – Routledge, 1980. P.128-138

<sup>66</sup> Fiske J. Television Culture. – Routledge, 1995 [1987]

<sup>67</sup> <http://techradar1.wordpress.com/2008/01/11/facebookmyspace-statistics/> – доступ від 20.05.2009

адже ти знаєш, що більшість людей не мають шансів бути обраними СПРАВЖНЬОЮ ЗІРКОЮ на старті. ЦЕ тільки початок ... ;) Azrel»<sup>68</sup>. Він добивається уваги музичного істеблішменту, і велике число коментарів (Гройсів «поп»-показник) допоможе йому стати знаменитим.

Скотт Леш і Селія Ларі у своїй книзі «Глобальна культуріндустрія: медіація речей» кажуть, що зі зростанням ролі нових медіа настає «ера порталу»: «Логіка подачі (feed) заміщує логіку пошуку»<sup>69</sup>. Йдеться про сплеск технологій вивчення, класифікації і прогнозування естетичних смаків, завдяки яким музика сама прямує до слухача, а не чекає, поки її відшукають в результаті копітких аналітичних розслідувань. На MySpace логіка подачі працює не в останню чергу завдяки паразитуванню невідомих музикантів на аудиторії «зірок»: заклики на зразок «відвідай нашу сторінку» і «скачай наші MP3» мотивуються автоматичним повідомленням про те, що «у вас є п спільних друзів» (улюблених музикантів). За аналогією до однойменної мистецької стратегії британський дослідник Девід Бір називає це явище «реді-мейд аудиторією». У своєму case study про значення MySpace для музичної культури на прикладі Jarvspace – сторінки популярного британського музиканта Джарвіса Кокера – автор говорить:

«Крім очевидних і прикметних коментарів, появу яких між Джарвісом і його «друзями» можна було очікувати, є ще й ті, хто використовують Jarvspace, щоб просувати власну музику до реді-мейд аудиторії послідовників Джарвіса (з наміром заохочувати людей до відвідування їхніх власних профілів і додавання їх у друзі)»<sup>70</sup>.

Вступивши в лави численних користувачів MySpace, слухач перестає бути одностороннім споживачем. За власним бажанням чи вимушено, прямо чи опосередковано він починає творити музику – якщо не в ролі Автора, то як співучасник, порадник, критик і арбітр, з думкою якого треба рахуватися. Відносини генія і шанувальника заміняє спілкування «рівних», навіть якщо

<sup>68</sup> <http://messaging.myspace.com/index.cfm?fuseaction=mail.friendRequests> – доступ від 20.05.2009

<sup>69</sup> Lash S., Lury C. Global Culture Industry: The Mediation of Things. – Cambridge, 2006. P.580

<sup>70</sup> Beer D. Making Friends with Jarvis Cocker: Music Culture in the Context of Web 2.0 // Cultural Sociology, #2, 2008. P.234

«рівня» – це бодріярівська мовчазна статистична більшість, не обтяжена музичним талантом і смаком.

Культура участі починається з кінця соціального, адже, згідно з Бодріяром, його руйнують засоби масової інформації. «Засоби інформації (всі засоби) і інформація (вся інформація) діють на двох рівнях: зовнішній – рівень нарощування виробництва соціального, глибинний – той, де і соціальні відносини, і соціальне як таке нейтралізуються»<sup>71</sup>. Оскільки нові медіа беруть активну участь у виробництві соціального, вони також призводять до його нейтралізації. Зокрема, MySpace є віртуальною спільнотою з набором інтегральних «соціальних» ознак. Поруч з різними лічильниками і рейтингами, як-то кількість відгуків, він також оперує категорією «дружби», в якій зростаються музичні вподобання та міжособистісні віртуальні стосунки. Фани «френдять» улюблених музикантів не лише для того, щоб дізнаватися про найближчі концерти, слухати ексклюзивні записи, брати участь в опитуваннях і голосуваннях, а й для того, щоб отримати «прямий» доступ до своїх кумирів. Персоналізований профіль користувача розроблений як означник живої людини, яка контактує з іншими. Наприклад, MySpace дає можливість дізнатися, хто з твоїх «друзів» зараз онлайн, що у них на думці, який вони мають настрій тощо, – це створює ефект живого спілкування з людиною.

Девід Бір наголошує на тому, що MySpace є ілюзією руйнування історичної дистанції між зіркою і фаном. В той же час, із ним можна полемізувати: парадоксальним чином ця ілюзія не лише руйнує, а й відновлює дистанцію – в тому сенсі, що вона створює нову ауру музики. Аура є відчуттям присутності на відстані, досяжної недосяжності. Щось подібне виникає, коли шанувальники «бачать» своїх улюблених виконавців там-і-тепер – на невимірюваній, довгій і короткій водночас відстані між двома комп'ютерами. При цьому вони часто усвідомлюють, що людина, яка

---

<sup>71</sup> Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального [http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Mol\\_Bol.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Mol_Bol.php) – доступ від 13.05.2009

зайшла на MySpace, – це зовсім не обов'язково Джарвіс Кокер власною персоною, а дуже вірогідно його агент чи помічник. Але це не впливає на трепетне ауритичне мерехтіння, солодке відчуття досяжної недосяжності, оскільки користувачам приємно вірити у справжність віртуальних зв'язків. Бір порівнює цю віру з двоємисленням (doublethink) – здатністю одночасно дотримуватися протилежних точок зору, якою грішили герої роману-антиутопії «1984» Джорджа Оруелла:

«Відвідувачі, як ми можемо бачити з адресованих Джарвісу записів, сприймають все так, ніби Джарвіс періодично присутній і комунікує з ними (це особливо заохочується блимаючим повідомленням, яке каже нам, що зараз він онлайн). Ймовірно навіть те, що користувачі поводяться в дусі оруелівського «двоємислення»; вони знають, що скоріше за все їх вводять в оману, але продовжують брати участь в шараді»<sup>72</sup>.

З одного боку, псевдоаура та двоємислення – це інвестиції у виробництво віртуальної «дружби», з іншого боку, за Бодріаром, вони нейтралізують її соціальний зміст.

Архітектура YouTube менш «соціальна» у порівнянні з MySpace – тут не передбачені спеціальні маркери присутності. Та доступність і простота цього сервісу (більше мовних версій, зручність у користуванні) перетворили його на форпост культури участі. Логіка подачі та використання реді-мейд аудиторії тут відбувається за рахунок всеможливих каверів і реміксів популярних композицій, а також створення відео-кліпів до старих хітів. Аматорам достатньо «правильно» назватися, і вже сама система пошуку за ключовими словами підкине їхні опуси у відповідь на популярні запити. Саме тому, шукаючи конкретну популярну пісню, користувачі натрапляють на безліч аматорських виконань і візуалізацій. Знаючи це, популярна ісландська співачка Björk уже не раз знаходила в Інтернеті майбутніх режисерів своїх відео-кліпів. Так, у 2008 році її спільне з Ентоні Хегарті

---

<sup>72</sup> Beer D. Making Friends with Jarvis Cocker: Music Culture in the Context of Web 2.0 // Cultural Sociology, #2, 2008. P.232

виконання “The Dull Flame of Desire”<sup>73</sup> візуалізували троє режисерів-аматорів, яких Bjork відібрала серед учасників конкурсу на найкраще відео до своєї попередньої пісні “Innocence”. Саме YouTube забезпечив можливість співпраці всесвітньо відомої співачки і трьох незнаних режисерів з Японії, Німеччини та Іспанії. Та для багатьох користувачів важливо не стільки вийти на «зовнішню» професійну музичну індустрію, скільки здобути популярність всередині (суб)культури участі, яку становлять користувачі YouTube<sup>74</sup>. Розростаючись, вона стає все більш герметичною і самореферентною.

---

<sup>73</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=BWV4N-ZcDJg> – доступ від 13.05.2009

<sup>74</sup> В мережі циркулюють спеціальні поради, в яких розповідається, як стати “YouTube celebrity”. Див. напр. [http://www.ehow.com/how\\_5000396\\_become-youtube-celebrity.html](http://www.ehow.com/how_5000396_become-youtube-celebrity.html) – доступ від 23.05.2009

### 2.3 Від аматорів до медіанедоумків: «синдром Васильціва»

Американський публіцист Ендрю Кін у своїй книзі «Культ аматора. Як Інтернет вбиває нашу культуру» розглядає активного користувача Інтернету як особу, що нехтує експертним знанням. При цьому він має на увазі саме той спосіб віртуального життя, який Дженкінс називає культурою участі. Її типовий носій – аматор – нащадок «природної людини», якою захоплювались європейські просвітники: «На перший погляд, це оцифрована версія руссоїстського шляхетного дикуна, який репрезентує тріумф простодушності над досвідом, романтизму над мудрістю здорового глузду Просвітництва»<sup>75</sup>. Та наївний несамокритичний «шляхетний аматор», на думку Кіна, руйнує підвалини західної культури, скасовуючи роль досвіду і знання. У музиці це відбувається за рахунок падіння авторитету спеціальної освіти: мережеві критики, виконавці і композитори не зобов'язані володіти нотною грамотою і тримати в голові системну історичну картину. Замість вчити сольфеджіо і музлітературу вони завжди можуть зазирнути до Вікіпедії, тематичних форумів чи просто «погуглити». З цієї перспективи «дискурс домінантсептакордів» відгонить снобізмом і чванливістю, а не авторитетом.

«Справжній» мережевий музикант оперує спеціальним програмним забезпеченням і орієнтується в технологічних новинках. Чутливий музичний слух йому замінюють аудіо-редактори, а майстерність інструментального виконання делегується електричним пристроям на зразок стилофона чи каоссилатора<sup>76</sup>. У цьому сенсі вся сучасна музика – це електронна музика: німецький феномен «elektronische Musik»<sup>77</sup>, ім'ям якого досі позначають експериментальну аналітичну музику, – це лише приватний випадок електронної музики як такої. До електронних пристроїв звертаються пересічні музиканти, не заангажовані авангардною саморефлексивністю. Так, британська представниця стилю електропоп Little Boots викладає на YouTube

<sup>75</sup> Keen A. The Cult of the Amateur. How Today's Is Killing Our Culture. – New York, 2007. P.36

<sup>76</sup> Детальніше про стилофон: [http://en.wikipedia.org/wiki/Dubreq\\_Stylophone](http://en.wikipedia.org/wiki/Dubreq_Stylophone), каоссилатор [http://en.wikipedia.org/wiki/Korg\\_Kaossilator](http://en.wikipedia.org/wiki/Korg_Kaossilator) – доступ від 24.05.2009

<sup>77</sup> <http://theremin.ru/lectures/emus.htm> – доступ від 24.05.2009



свої домашні відео і коментує: «це версія для поширення в мережі, яку я зробила вдома за допомогою деяких гаджетів»<sup>78</sup>. Дівчина співає під акомпанемент синтезатора, а також вправно оперує тенорі-оном<sup>79</sup> і стиліфоном – доступними «іграшковими» інструментами, що замінюють їй групу музикантів. Проте, це зовсім не значить, що аматорам заборонено посягати на «справжню електронну музику». На тому ж YouTube можна знайти рецепт музики Arhex Twin'а – майстра акустичних експериментів. Голос за кадром коментує детальну відео-послідовність маніпуляції в програмі Propellerhead, за допомогою яких досягається «фірмовий» афектвінівський стретч (розтягування звуку)<sup>80</sup>. Кожен з 50 тисяч аматорів, які переглянули цей запис, потенційно стануть Arhex Twin'ами без виснажливих пошуків правильної комбінації параметрів.

Як і обурений Інтернет-культурою Ендрю Кін, Умберто Еко говорить про неї в критичній тональності. «Перше, що втратилося з ласки Інтернету, через глобалізацію засобів зв'язку – це поняття меж»<sup>81</sup>, – каже Еко, маючи на увазі, зокрема, межі конфіденційності інтимного життя. На його думку, в Інтернеті відбувається добровільна відмова від рiвасу – те, що завжди оберігалось від сторонніх очей, стає публічним. «Навіть понурий педофіл, який у сільській тиші охороняє таємниці своєї протиприродної пристрасті, піддається спокусі – чи не відкритися світові, чи не оголити ганебні таїни душі он-лайн»<sup>82</sup>. Завдяки новим медіа починається щасливий роман вуайеристів з екзгібіціоністами – хто не позує, той підглядає. Для кожного нарциса/графомана знаходиться своя аудиторія. І йдеться не про різницю смаків, плюралізм естетичних парадигм, що задовільняє кожен існуючий запит. Затребуваним стає саме графоманство/нарцисизм/екзгібіціонізм, що випромінюються новим культурним персонажем – медіанедоумком. Типаж Сільського Недоумка, який ошивався неподалік шинка і розважав своєю

<sup>78</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=Zcc8gE54Md8&feature=channel> – доступ від 24.05.2009

<sup>79</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/Tenori-on> – доступ від 24.05.2009

<sup>80</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=XK0PoLYOz1c&feature=fvsr> – доступ від 24.05.2009

<sup>81</sup> Еко У. Утраченная укромность частной жизни // Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. – Москва, 2007. С.149

<sup>82</sup> Там само. С.152

недолугою персоною місцеву публіку, відомий здавна. Недоумок не обов'язково був ідіотом: його недоумкуватість – це свідомо і чи не єдина стратегія, завдяки якій можна було опинитися в центрі уваги. Сьогодні, в епоху *global village*<sup>83</sup>, недоумки вийшли на новий рівень необмеженої Інтернет-аудиторії.

В такій ситуації ключем до слави може стати не лише визначний музичний талант, а і його безнадійна відсутність. Серед піонерів цієї сфери Гері Бролшма – американський тінейджер, який здобув всесвітню відомість, розмістивши 2004 року власне відео на молдавську популярну пісню “*Numa Numa*” (*Dragostea din tei*) в Інтернеті<sup>84</sup>. У цьому відео він позує перед веб-камерою в навушниках, корчить міни і вимахує руками. *Numa Numa Guy*, як його називають сьогодні, став прототипом Сільського Недоумка цифрової епохи. Подібні абсурдні відео, які швидко здобувають масову популярність, назвали відео-вірусами (*viral video*)<sup>85</sup>, а згодом з'явилася загальна усталена назва для подібних феномерів – мем (*meme*)<sup>86</sup>. З популяризацією нових медіа ситуація радикалізується – від абсурдистського гумору *Numa Numa Guy* залишається все менше гумору і все більше абсурду. Життя виграє у фікції, і паяци, які жартома імітують ідіотизм, поступаються більш смішним «справжнім» ідіотам.

Музиканти є стабільним джерелом поповнення мем-скарбниці – щодня з'являються недоумкуваті персонажі різного віку, гендеру та соціального походження, які вірять у свої вокальні здібності, композиторський чи виконавський талант. Серед українських «світочів» цього жанру – «житель села Мужилів, Підгаєцький район, Тернопільська область» Петро Щур<sup>87</sup>. Він прославився в Інтернеті виконанням пісні «Мамина світлиця», яку в січні

---

<sup>83</sup> Поняття *global village* запровадив у своїй книзі «Галактика Гуттенберга» (1962) Маршал Маклюен, описуючи глобальне зближення людей, яке відбулося завдяки електричним технологіям. З появою Інтернету це поняття набуло нової актуальності

<sup>84</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Gary\\_Brolsma](http://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Brolsma) – доступ від 24.05.2009

<sup>85</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Viral\\_video](http://en.wikipedia.org/wiki/Viral_video) – доступ від 24.05.2009

<sup>86</sup> Цей термін походить з книги англійського еволюційного біолога Річарда Докінза «Егоїстичний ген» (1976). Детальніше див. <http://en.wikipedia.org/wiki/Meme>, <http://lurkmore.ru/%D0%9C%D0%B5%D0%BC> – доступ від 24.05.2009

<sup>87</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=45dH29TDWtM&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=45dH29TDWtM&feature=channel_page) – доступ від 24.05.2009

2008 року виклав на YouTube користувач odneoko<sup>88</sup>. Восени цього ж року Щур досяг такої популярності (сам про це не знаючи), що його запросили виступити на музичному фестивалі «Нівроку»<sup>89</sup>. Менш відоме, та не менш улюблене у певних колах – творче об'єднання виконавців «ганста-репу» з міста Городенка Івано-Франківської області під назвою Urban Kings feat Бізнес Family. Хлопці не лише читають «глибоко соціальний» реп про наркотики, зброю, життєві цінності, а й пропонують власне музичне відео в дусі Wu-Tang Clan<sup>90</sup>. Хоча «реп» – це один з найпопулярніших «стилів» мем-музики, городенківцям не вдалося досягти рівня молодого львів'янина Василя Васильціва. Цей поет, композитор і виконавець «розвиває власний музичний стиль, адже справжній артист має прагнути виходити за ustalені рамки»<sup>91</sup>.

Популярність Васильціва почалася з українського сектору блог-сервіса livejournal. Його першими хітами стали пісні «Дякую, Руслано»<sup>92</sup> та «Кальмар, сушений кальмар»<sup>93</sup>. У жовтні 2005 року «під Васильціва» сформували локальне поняття мистецького стилю art\_off і одноіменну спільноту його шанувальників. «Це мистецтво важко схарактеризувати. Для когось воно примітивне, для когось недолуге, хтось бачить у ньому несмак, кіч, профанацію, дилетантство, хтось волів би, аби його не було... Та все ж більшість реагує на нього радісним сміхом, і байдуже, які причини має цей сміх»<sup>94</sup>, – пояснюють засновники art\_off. У тому ж 2005 році 18-річний Васильців видав збірку «Вогонь Землі. Мої перші 100 пісень», а в 2006 році на лейблі “Esthetic Music” вийшов його диск «Голденхітс». Автор графоманських текстів і нехитрих гітарних партій, власник сумнівних вокальних даних Василь Васильців наслідує творчість улюбленого гурту The

<sup>88</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=4Q5lUBx0Hs&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=4Q5lUBx0Hs&feature=channel_page) – доступ від 26.05.2009

<sup>89</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=QRWpQnm8irs&feature=related>,  
<http://www.youtube.com/watch?v=9Dh1meFk12w&feature=related>, <http://20minut.ua/news/134352> – доступ від 26.05.2009

<sup>90</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=0OrNYjLi6k> – доступ від 26.05.2009

<sup>91</sup> <http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=bio> – доступ від 26.05.2009

<sup>92</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=1DbvR8N5\\_4U&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=1DbvR8N5_4U&feature=related) – доступ від 26.05.2009

<sup>93</sup> [http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=disco&album=2004\\_08\\_28\\_lito&song=kalmar\\_sushenyj](http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=disco&album=2004_08_28_lito&song=kalmar_sushenyj) – доступ від 26.05.2009

<sup>94</sup> [http://community.livejournal.com/art\\_off/profile](http://community.livejournal.com/art_off/profile) – доступ від 26.05.2009

Beatles і позиціонує себе як звичайного «серйозного» музиканта без тіні стьобу чи епатажу. Він концертує по всій Україні, бере участь у музичних фестивалях, виступає на телеканалах, дає інтерв'ю періодичним виданням, йому присвячена пісня популярної групи Esthetic Education, багато музикантів роблять кавери та ремікси його пісень.

Васильців є яскравим прикладом медіанедоумка, який відбувся в ролі успішного музиканта. Інтерпретуючи цей образ, можна застосувати весь «джентльменський набір» постмодерністської думки: карнавал, іронія, подвійне кодування, пастиш і шизофренія. Юлія Крістева у своїй роботі «Сили жаху: есе про відразу» (1982)<sup>95</sup> вводить поняття абже (abject) – відразливе/антиоб'єкт, через перманентне відторгнення якого реалізується суб'єкт. Стабільність Я забезпечується існуванням межі прийняттого і відразливого: «Відразливе і відраза – та огорожа, що втримує мене скраю. Опори моєї культури»<sup>96</sup>. Прикладом абже є, зокрема, сміття. Стилiстична ідентифікація Васильціва також базується на понятті сміття – це треш-музика (від американського слова trash – сміття). Якщо відразливе, за Крістевою, супроводжується випльовуванням, відригуванням, викиданням, постає питання: чому ця «музична відрижка» приймається замість бути відторгненою в «нормальній» спільноті? Інакше кажучи, чому творчість Васильціва виходить за межі нових медіа і (суб)культури участі? Чим підкріплений попит на музичних недоумків?

Ігор Смірнов у своїй статті «Мотлох текстів» виокремлює дві стратегії вичерпання проблеми сміття в постмодернізмі<sup>97</sup>. По-перше, це пошук таких об'єктів, які нейтралізують (утилізують) сміття, руйнуючи його відмінність від «потрібного» та невідразливого. У випадку Васильціва нейтралізація відбувається за рахунок сміху. Мотивація його шанувальників формулюється наступним чином: нехай це погана музика, але з неї можна добре посміятися, а отже вона теж потрібна. Другий варіант – естетизація «зайвого»/сміття. В

---

<sup>95</sup> Крістева Ю. Сили ужаса: Эссе об отвращении. – Санкт-Петербург, 2003

<sup>96</sup> Там само. С.37

<sup>97</sup> Смирнов И. Хлам текстов [http://simulacres.by.ru/texts/ztk/smironov\\_hlam.htm](http://simulacres.by.ru/texts/ztk/smironov_hlam.htm) – доступ від 26.05.2009

ситуації після усіх музичних авангардів, коли легітимними стали не лише нові гармонічні системи на зразок додекафонії, а навіть самі по собі шум і тиша, залишається не так багато джерел, на основі яких може розвинутиися нова естетика. «Погана музика» Василя Васильціва добре впоралася з завданням покрити цей дефіцит. З позиції *homo sacer*'а, винесеного за межі «пристойного» в мистецтві, Васильців переміщається в центр нової музичної парадигми, яка на сьогоднішній день є загальним місцем. Поруч з мережевими аматорами його приклад наслідують і без того успішні медіанедоумки – наприклад, київський мер Леонід Черновецький, який в березні 2009 року випустив свій треш-диск «От мэра, с любовью!»<sup>98</sup>.

---

<sup>98</sup><http://www.last.fm/music/%D0%9B%D0%B5%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B4+%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9> – доступ від 26.05.2009

## 2.4 Перше «останнє радіо»

Ще один специфічно музичний приклад культури участі та логіки постачання – це сервіс Last.fm, який у 2002 році заснувала німецько-австрійська група меломанів. Його називають Інтернет-радіо, хоча назва «останнє радіо» анонсує кінець традиційного розуміння цього медіуму. Мірко Тобіас Шефер вважає, що саме Last.fm (а не YouTube чи MySpace) є головною музичною платформою Інтернету:

«Це така екосистема, в якій творчість нових спільнот перетинається з інтелектуальною власністю в музичній індустрії, але молоді та незалежні артисти також можуть просувати свою музику, організатори – рекламувати, а розповсюдники – продавати свої продукти, і, більше того, вона служить «третім місцем» для зустрічі користувачів»<sup>99</sup>.

Принцип роботи Last.fm полягає в генеруванні плейлісту (послідовності музичних композицій) за допомогою спеціальної технології «соціалізації музики» – аудіоскроблера. Внаслідок статистичного аналізу, що автоматично враховує всі прослухані композиції певного користувача, Last.fm може спрогнозувати музичні вподобання, запропонувати «сусідів» (користувачів зі схожими смаками), порекомендувати нову музику, і вкомплектувати індивідуалізований плейліст. Він створений у повній відповідності до латурівського розуміння техніки – меломани делегують Last.fm свої «довколамузичні» справи, щоб повністю віддатися слуханню музики.

Спосіб організації музики на Last.fm співзвучний з концепцією інтертекстуальності, яку запровадила Юлія Кристева на основі понять «поліфонічного роману» та «діалогічності» Михаїла Бахтіна<sup>100</sup>. Головна ідея цієї концепції полягає в тому, що твір мистецтва є не сталим завершеним вмістилищем скінчуваної кількості смислів, а безкінечно розкриває себе в контексті і процесі тлумачення. Однодумець Кристєвої Ролан Барт під впливом поняття інтертекстуальності протиставив традиційному твору

---

<sup>99</sup> Schäfer M.T. Bastard Culture! User Participation and the Extension of Cultural Industries <http://www.scribd.com/doc/8594831/Bastard-Culture-User-participation-and-the-extension-of-cultural-industries> P.274 – доступ від 27.05.2009

<sup>100</sup> Кристева Ю. Бахтин, слово, діалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – Москва, 2000. С.427

мистецтва Текст, що являє собою «не готовий естетичний продукт, а знакову діяльність, не структуру, а структурування; не об'єкт, а роботу і гру»<sup>101</sup>. Last.fm є контекстом, в якому розкривається і тлумачиться музичний твір. Останній функціонує як Текст, набуваючи щораз нових обертонів значення в залежності від положення у плейлісті. Альбом чи сингл розпадаються на окремі композиції, що беруть участь в постійних ситуативних рекомбінаціях. Важливо зазначити, що інтертекстуальність, як вона розуміється в постструктуралізмі, націлена передусім на автономію автора – навіть якщо це «мертвий автор»<sup>102</sup> або «функція-автор»<sup>103</sup>. Натомість Last.fm є структурою вищого рівня складності: музичний твір вступає в діалог не лише з іншими творами/авторами, а й зі слухачами. Інтертекстуальність творів, авторів і слухачів утворює складну поліфонічну єдність, в якій кожна композиція не просто зіткана з чужих дискурсів/цитат, а є також цитуванням чужого плейліста, дискурсом чужого музичного смаку. Отже, на Last.fm і без того інтертекстуальна музика проходить ще один рівень контекстуалізації.

Подібно до «вбитого» інтертекстуальністю автора, Last.fm пошкоджує герметичну категорію музичного стилю. Це відбувається за рахунок «тегів» (міток), які може додавати кожен користувач, характеризуючи музиканта чи конкретні твори/альбоми. З позицій стильової впорядкованості музики Last.fm здається шизофренічним. Скажімо, творчість угорського композитора Бели Бартока ідентифікується тегамі “classical, modern, avant-garde”<sup>104</sup>, які з історичної перспективи несумісні: на місці Бартока уявляється музичний кентавр із Бетховена (classical), Дебюссі (modern) і Кейджа (avant-garde). Ще наймовірнішим цього кентавра робить географічний ряд “french, german, italian, japanese, hungarian”, що присутній у так званій «хмарині тегів»<sup>105</sup>. Та, як не дивно, саме вона лежить в основі плейлістів, за вдале компонування яких користувачі найбільше люблять Last.fm. Усталені комплекти стильових

<sup>101</sup> Барт Р. Семиологическое приключение // Ролан Барт о Ролане Барте. – Москва, 2002. С.229

<sup>102</sup> Барт Р. Смерть автора <http://www.philology.ru/literature1/barthes-94e.htm> – доступ від 27.05.2009

<sup>103</sup> Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. – М., Касталь, 1996

<sup>104</sup> <http://www.last.fm/music/B%C3%A9la+Bart%C3%B3k/+tags> – доступ від 27.05.2009

<sup>105</sup> Там само

характеристик тут розпадаються, а на їх місці виникають динамічні гетерогенні «хмарини тегів».

Зрозуміло, що часи чітких стильових ідентифікацій минули ще до Last.fm: сучасні напрямки музики позначаються як мінімум двома-трьома означниками (абстрактний хіп-хоп, ейсід джаз, постпанк-рок тощо). Але ці нагромадження слів покликані втримати єдність стилю, тоді як теги повністю її руйнують. Вони функціонують як ризома – ще одне з ключових понять номадологічного проекту Дельоза-Гваттарі<sup>106</sup>. Ризома – це нелінійний позаструктурний спосіб організації цілісності. Її найпершим принципом є гетерогенність. «Будь-яке місце ризоми може і повинне бути приєднаним до будь-якого іншого її місця»<sup>107</sup>, – кажуть автори номадології. Те саме справджується і для хмарини тегів, в якій немає кореня, центру, початку, яка в різних місцях примикає до інших різом. Вона з'являється і функціонує лише в умовах інтертекстуальності: кожен тег сам по собі нічого не важить – він стає конструктивним лише у співвідношенні до інших тегів. Не існує такого користувача, який міг би самотужки укласти плейліст, аналогічний до Last.fm. Це не під силу навіть найдосвідченішим меломанам та музикознавцям – шахова віртуозність не працює на полі гри Го.

На межі XIX та XX століть, коли радіо щойно з'явилося, воно було предметом надзвичайного захоплення. Італійські та російські футуристи покладали на нього великі надії: «Радіо майбутнього – головне дерево свідомості – відкриття провадження безкінечних завдань і об'єднає людство», – починає своє есе 1921 року Велимир Хлебніков<sup>108</sup>. Але вже незабаром цей утопічний пафос згас, про що як завжди влучно висловився Ілля Ільф: «У фантастичних романах вважалося, що коли буде радіо, людство досягне щастя. І от радіо є. А щастя нема». Як і багато інших авангардних винаходів, радіо було скомпрометоване співробітництвом з тоталітарними режимами.

---

<sup>106</sup> Див. попередній розділ

<sup>107</sup> Делез Ж., Гваттарі Ф. Ризома («Тисяча плато», глава первая) [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_1023.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm) – доступ від 27.05.2009

<sup>108</sup> Хлебніков В. Радио будущего <http://hlebnikov.lit-info.ru/hlebnikov/proza/articles/radio-buduschego.htm> – доступ від 27.05.2009



Воно проявило себе як ефективний засіб пропаганди і стало запорукою успіху нацизму та сталінізму. Маршал Маклюен критикує Пола Лазерзфельда за «безпомічне нерозуміння ролі радіо» в успішній політичній кар'єрі Гітлера, а також припускає, що якби в часи Великого Диктатора було поширене не радіо, а телебачення, то він би «швидко зник з поля зору»<sup>109</sup>. Теодор Адорно теж вказує на провідну роль радіо в «новому тоталітаризмі» – разом з кіно і телебаченням воно стає провідником культуріндустрії. На радіо відбувається вихолощення музики як мистецтва, а також виникнення нових форм авторитаризму. Зокрема, в основу дослідження авторитарної особистості, яке Адорно здійснив під час тимчасового перебування в США, ліг аналіз радіо-гороскопів на американському радіо<sup>110</sup>. На думку Татьяни Горевої, в радянській культурі також відбулася профанізація радіо: «Історія перетворення «чуда ХХ століття», що дійсно задумувалося як народна трибуна і потужний культуртрегерський струмінь, трансформувалась в «чорну тарілку, яка постійно бубнить»<sup>111</sup>.

Last.fm можна розглядати як спробу повернення до позитивного авангардного образу радіо. Воно уже не є тим «брехунцем» – гарячим медіумом, що не залишає слухачеві місця для участі. Авторитарність єдиного голосу розбивається інтертекстуальністю, в умовах якої він потрапляє до слухача. Користувач Last.fm може хвалити чи блокувати невдалі композиції, з більшим чи меншим рівнем узагальнення формулювати свої побажання, коментувати, радити іншим тощо. Тут немає нав'язаних ззовні «шлягерів», які допікали Адорно, – лише індивідуальні «хіти». Між Last.fm, MySpace, YouTube та іншими подібними сервісами існує можливість перехресного експорту і цитування, що створює додатковий рівень контекстуалізації. З іншого боку, треба розуміти, що (все ще) прогресивна ідея «останнього

---

<sup>109</sup> Маклюен М. Глава 30. Радио. Племенной барабан // Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – Москва, 2003. 338-341

<sup>110</sup> Adorno T. W., Frenkel-Brunswik E., Levinson D. J., Sanford R. N. The authoritarian personality. – New York, 1950.

<sup>111</sup> Горева Т. «Великая книга дня». Радио и социокультурная среда в СССР в 1920-1930-е годы // Советская власть и медиа (сост. Гюнтер Х., Хэнсен С.). – Санкт-Петербург, 2006. С.61.

радіо» поступово комерціалізується. У травні 2007 року незалежний меломанський проект перейшов у власність великої медіакорпорації CBS, а з травня 2009 року користування радіо стало платним для більшості країн. І хоча деякі пострадянські «умільці» знаходять способи обійти це нововведення, доступний меломанський сервіс Last.fm перетворюється в ще один товар на ринку культури.

## РОЗДІЛ III. Слухач в режимі просторової мобільності

### 3.1 Від Sony Walkman до Apple iPod: еволюція образу

Стосунки музики з простором є наріжним каменем історії слуху. Перш за все тому, що будь-який звук – це просторове поширення вібрацій повітря. Нова ера в практиці слухання почалася з винайденням аудіозапису, що перемістив музику за межі простору реального звучання. Американський професор Тревор Пінч і голландська дослідниця Карін Бійстервелд стверджують:

«Розвиток звукових технологій за останні 50 років драматично змінив спосіб, у який музика виготовляється і споживається. У XIX столітті досвід музики був найчастіше пов'язаний з живим виконанням. Сьогодні більшість музики слухається індивідуально за допомогою пристроїв технологічної медіації»<sup>112</sup>.

Таким знаковим новітнім пристроєм поруч з комп'ютером є портативний плеєр. Він радикалізує індивідуалізацію слухання і призводить до появи нового рівня мобільності музики. Плеєр остаточно звільняє слухача від просторової локалізації. До появи аудіозапису музика була доступною в режимі реального часу і місця; техніки відтворення дозволили їй переміщатися між деякими точками простору, що визначені розташуванням програвачів, і лише за допомогою портативних пристроїв музика стала повністю мобільною. Перші касетні плеєри були важкими і недешевими, що сповільнило їх популяризацію. Але з появою мініатюрних ємких і фінансово доступних цифрових плеєрів музика «в навушниках» вільно пересувається за своїм слухачем.

Людина, яка слухає плеєр в публічному місці, є ключовим персонажем сучасної урбаністичної культури. Її називають walkman – від однойменного пристрою, що був першим портативним плеєром у масовому виробництві.

---

<sup>112</sup> Pinch T., Bijsterveld K. Sound Studies: New Technologies and Music // Social Studies of Science, # 34, 2004. P.635

Його автором став японський інженер Нобутоші Кіхара, який отримав замовлення від Акіо Моріта – співзасновника компанії Sony. Моріта проводив багато часу у трансатлантичних авіаперельотах і хотів, щоб під час цих подорожей можна було слухати оперну музику. У 1979 році, коли пристрій Кіхари представили аудиторії, він мав кілька імен для різних країн. Цікаво, що назва Walkman, яка призначалася для Японії і згодом стала загальним поняттям, дуже не подобалась Акіо Моріті<sup>113</sup>.

Walkman був розрахований перш за все на аудиторію тінейджерів і дуже скоро став атрибутом молодіжних субкультур. Детальний аналіз риторики «японськості» і «технологічної просунутості», яка допомогла Sony втертися в довіру до підлітків, здійснено в колективній праці «Doing the Cultural Studies. The History of Sony Walkman»<sup>114</sup>. Її авторами є Пол ду Гей, Лінда Джейнс, Х'ю Мекей, Кейт Негус, а також Стюарт Холл – директор Бірмінгемського центру досліджень сучасної культури (1968-1979). Книга була вперше опублікована в той же рік, коли Холл вийшов на пенсію (1997). Її знаковість пов'язана ще й з тим, що ця праця задумана як взірць cultural studies у всій його складності, інтердисциплінарності і повноті. Одна з базових ідей дослідження полягає в тому, що Sony Walkman не просто належить культурі як її артефакт, а створює власну культуру, продукуючи значення і організовуючи повсякденні практики. Щоб проаналізувати різні аспекти Sony Walkman, дослідники ввели поняття «кругообіг культури» (the circuit of culture) – в ньому перетинаються процеси репрезентації, ідентичності, виробництва, споживання та регулювання.

Зараз «вінтажний» Sony Walkman використовують лише любителі ретро. Йому на зміну прийшов спочатку CD-плеєр, а потім цифровий плеєр (який зазвичай називають MP3-плеєром, хоч він підтримує не лише цей

<sup>113</sup> <http://ru.wikipedia.org/wiki/Walkman>, <http://visionary.management.com.ua/management/akio-morita/> – доступ від 27.05.2009

<sup>114</sup> Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman [http://books.google.com.ua/books?id=gX-kksNNdFIC&dq=Doing+the+Cultural+Studies.+The+History+of+Sony+Walkman&printsec=frontcover&source=bl&ots=wnjOq2ClS Y&sig=cpCFFNfMaX-wOMXSsLn5M3LCMvI&hl=uk&ei=Kyc1Ssa3IdSO\\_AaG65H1CG&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=5](http://books.google.com.ua/books?id=gX-kksNNdFIC&dq=Doing+the+Cultural+Studies.+The+History+of+Sony+Walkman&printsec=frontcover&source=bl&ots=wnjOq2ClS Y&sig=cpCFFNfMaX-wOMXSsLn5M3LCMvI&hl=uk&ei=Kyc1Ssa3IdSO_AaG65H1CG&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5) – доступ від 27.05.2009

аудіо-формат). Теперішнім улюбленцем більшості walkman'ів є Apple iPod. Проте його лідерство на ринку не порівняти з ексклюзивною монополією, якою свого часу користувався Sony Walkman – він був єдиним у своєму роді. iPod, що з'явився у 2001 році, потіснив, але (поки що) не витіснив своїх конкурентів. Важливо відзначити цей момент з огляду на те, що для авторів «взірцевого дослідження» cultural studies було принципово виявити і деконструювати роботу ідеології, що старанно розроблялась в компанії Sony. Питання ідеологічного позиціонування будь-якого культурного продукту залишається релевантним, але в умовах теперішнього «плюралізму» воно є не настільки визначальним.

Якщо не зупинятися на конкретних брэндах, то загальна ринкова ідеологія цифрових плеєрів артикулює два ключових моменти: мінімальний фізичний розмір та максимальний вміст інформації. На цих критеріях побудована система цінностей, що передбачає постійний інтерес споживача до «новинок». У порівнянні з Sony Walkman сучасні цифрові плеєри займають в кілька разів менше місця (поміщаються в кишені, можуть висіти на шиї). Подібно до дівчат-фотомоделей вони стають все «худішими». Ідеал краси в обох випадках формується за принципом «чим тонше, тим привабливіше». Саме тому в рекламній риторичі фігурують означники «ультратонкий», «супертонкий» чи навіть «тонкий і сексуальний» (thin and sexy)<sup>115</sup>. «Зайва» вага та об'єм трактуються як недолік, який можна легко виправити – придбати новішу модель.

Якщо перші цифрові плеєри вміщували 256 мегабайтів інформації (приблизно 5 альбомів MP3 середньої якості), то сьогодні рахунок ведеться десятками гігабайтів. iPod шостого покоління (2008 року) розрахований на 120 гігабайтів музики – в перерахунку на звичайні MP3 це становить приблизно тисячу годин музики. Щоб прослухати такий обсяг аудіозаписів, потрібно присвятити йому більше місяця (без перерв). Це далеко не найвища планка – існують також 200-гігабайтові плеєри, і схоже на те, що ця

---

<sup>115</sup> <http://www.slashgear.com/iriver-e100-mp3-player-thin-and-sexy-1511182/> – доступ від 27.05.2009

прогресія не зупиниться в найближчому майбутньому. Ринок конструює потребу в невичерпних запасах музики. Цим самим виробники аудіо-техніки створюють попит на продукцію лейблів звукозапису, і навпаки – поява великої кількості музики вимагає містких носіїв. Аудіо-продукція і портативні плеєри непомітно виправдовують одне одного, натуралізуючи статус кво в очах споживача. Доказом цього є, зокрема, сервіс iTunes: компанія Apple, яка загалом спеціалізується на виготовленні програмного забезпечення та електронних пристроїв, використовує iTunes, щоб «продавати музику». Та первинною метою цього звертання до музики є збільшення попиту на iPod, що підтверджують слова Філа Шиллера (віце-президента Apple):

«Музичний магазин iTunes не приносить прибутку, ми досі не розраховалися за його обладнання. Вся акція з продажем пісень – це маркетинговий крок для розкрутки mp3-плеєра iPod. Наші плеєри продаються добре, тому в цілому ми вважаємо цю акцію успішною. Без маркетинга плеєрів продаж самих пісень збитковий і тому беззмістовний»<sup>116</sup>.

В ситуації, коли кількість пропозицій на музичному ринку зростає, слухачеві все тяжче орієнтуватися і вибирати найкраще з усього, що пропонується. На думку Андрія Горохова<sup>117</sup>, одним з факторів загальної музичної кризи є зникнення професійної музичної критики. Поверхневі «рецензії» у глянцевих виданнях зінійційовані самими виробниками, які не зацікавлені у відсіюванні «зерен від половини». По суті, слухач залишається сам на сам з океаном нових альбомів і виконавців. Та поки його не встигли огорнути сумніви щодо доцільності покупки/скачування чергової новинки, 120-гігабайтовий плеєр знімає проблему вибору як таку – коли є достатньо місця, можна купити/скачати все. Невикористане місце на плеєрі – це радше ненормально: можна і треба наповнити його «по самі вінця».

---

<sup>116</sup> Цит. за Горохов А. Дыра, прикрытая глянцем. – Москва, 2007. С.46

<sup>117</sup> Горохов А. Дыра, прикрытая глянцем. – Москва, 2007

Молодіжні «приманки» Sony Walkman уже не актуальні, оскільки слухання плеєра перестало бути атрибутом молодіжних субкультур – їх використовують офісні працівники і домогосподарки, представники бізнесу і «творчих професій». У сучасному світі зростає мобільність товарів, капіталу і самих людей, які перетворюються на «вічних пасажирів», адже проводять питому частину життя в літаках, поїздах, автобусах і міському транспорті. «Культура чекання» підштовхує до використання плеєра не лише затятих меломанів, а й тих, хто раніше не особливо захоплювався музикою. Вона допомагає скоротати час, втекти від нудьги, наповнити сенсом беззмстовні години життя. Цим самим слухання музики перетворюється на інтермедію-антракт між справами та відпочинком, офісом і домом, пунктом А та пунктом Б.

Щоб якось вирізнитися серед численних борців з нудьгою, «справжні меломани» звертаються до деталей. Їхній вестиментарний код базується на аксесуарах, а точніше – на навушниках. Цей додатковий пристрій має бути добре артикульованим (великого розміру, «правильного» кольору, форми і бренду). Навушники не просто експортують звук з плеєра до вух – вони є структурним елементом образу меломана. Про це свідчить, зокрема, звичка носити музичний аксесуар на шиї, коли плеєр вимкнений. Спочатку від цього виникає певний дискомфорт, до якого з часом можна звикнути. Нерозривність зв'язку меломана з навушниками символізує сленгова назва «вуха» – це ніби частина тіла, що завжди з тобою. Слухач дорожить своїми «Koss'ами» чи «Sennheiser'ами»<sup>118</sup> на шиї, бо вони посилають зовнішній сигнал про його витончений смак і ідосинказію до «поганого звуку».

Не можна не погодитися з тим, що навушники бувають гіршими та кращими. Але безвідносно до об'єктивної «якості звуку», на яку впливають не лише вони, а й плеєр і формат аудіозапису, дизайн навушників має функцію конотування. Важливо, щоб він викликав прогнозовану асоціацію з людиною, яка знається на музиці. Якщо не брати до уваги конкретних

---

<sup>118</sup> Популярні бренди «якісних» навушників

брендів, то носіями конотацій виступають форма і розмір – найвище котируються великі випуклі «студійні» навушники. Це підтверджує популярність дешевих брендів, у яких «студійність» імітується на рівні форми і розміру, але ніяким чином не впливає на «поганий звук». У цьому сенсі сучасного меломана можна порівняти з денді, який постає як характерний персонаж культурний другої половини ХІХ століття. Ролан Барт розглядає дендизм як реакцію на демократизацію чоловічого костюма. В ситуації, коли незалежно від соціального походження всі дорослі чоловіки одягалися приблизно однаково, вирізнитися можна було за рахунок деталей. Саме в такий спосіб вишуканий денді протиставляє себе масам:

«Оскільки, з одного боку, він розраховує на те, щоб бути розпізнаним такими ж, як він сам, а з іншого боку, це розпізнання відбувається головним чином по деталях, то можна сказати, що вишукана людина наносить на уніформу свого часу деякі дискретні (тобто водночас «скромні» і «дисконтинуальні») знаки»<sup>119</sup>.

Навушники також служать розпізнавальним знаком для «справжніх меломанів», оскільки ні плеєр, ні його вміст ззовні не помітні. Та хоча «своїх» впізнають по навушниках, цей аксесуар не можна вважати справді дендистським. Адже, за Бартом, дендизм помирає тоді, коли з'являється мода – масовий феномен, замаскований під образ «індивідуальності». Те саме можна сказати про навушники – їх розробники свідомо застосовують образ «справжнього меломана» для масового виробництва.

---

<sup>119</sup> Барт Р. Дендизм и мода // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. – Москва, 2004. С.394



### 3.2 Плеєр і звуковий ландшафт

У багатьох випадках слухання плеєра можна порівняти з функцією screensaver на персональному комп'ютері. Screensaver розвантажує екран під час тимчасових пауз в користуванні, накладаючи просте зображення поверх «робочого столу» чи активних «вікон» з виснажливою візуальною інформацією. При перших проявах активності користувача ця заставка зникає. Щось подібне в акустичному плані робить плеєр – він щільно закриває звукове тло, поки немає потреби у нього вслухатися, і, як тільки це втрачає актуальність, зникає. Існування нав'язливого акустичного фону, від якого абстрагує музика в плеєрі, – характерна риса урбаністичного простору. Ключовою фігурою у вивченні цього питання є канадський дослідник і композитор Реймонд Мюррей Шафер<sup>120</sup>. Він започаткував звукову екологію – дисципліну, що вивчає афекти та інтерпретації штучних і природних звуків, особливості їхньої перцепції.

Шафер вводить поняття звукового ландшафту (soundscape), під яким розуміється акустична цілісність середовища. Звуковий ландшафт – це «макрокосмічна музична композиція»<sup>121</sup>, яка зводить воєдино все, що звучить у певній точці простору. Існують звукові ландшафти двох типів: hi-fi і lo-fi (від англ. high/low fidelity – висока/низька точність). До перших належать «природа» (ліси, пустелі) та сільські місцевості: тут чітко відчуваються дискретні звуки, оскільки середовище не створює шумового опору. Індустріальна революція призвела до появи звукового ландшафту lo-fi: внаслідок гулу механічних пристроїв утворюється перманентний шумовий фон, а окремі звуки приглушуються, зливаються з ним і перестають існувати дискретно. Це призводить до того, що людина не може співвіднести себе з

---

<sup>120</sup> Реймон Шафер – однофамілець французького композитора-авангардиста П'єра Шафера, який започаткував напрям *musique concrète* (concrete music/real music). Естетизація (індустріального) звуку на противагу мелодії/гармонії, а також захоплення електроакустичними пристроями, на яких базується *musique concrète*, трактуються негативно в акустичній екології Реймонда Шафера. В цьому питанні два Шафери є опонентами.

<sup>121</sup> Schafer R.M. *The Music of the Environment* // *Audio Culture. Readings in Modern Music*. – New York, 2007. P.30

простором. Ехо, яке допомагає акустично «намацти» простір і локалізувати в ньому себе, «не повертається».

Ще одне поняття Шафера – шизофонія. Воно позначає розрив між звуком і його джерелом, який відбувся з винайденням електроакустичних приладів. У головній книзі Шафера «Настроюючи світ» (1977)<sup>122</sup> шизофонія розглядається негативно. Як і шизофренія, вона розриває «здорову» природну єдність на конфліктуючі дисгармонійні фрагменти. Звук-сирота, відірваний від того, хто/що його створює, хаотично циркулює в часі і просторі. Шизофонія і урбаністичний ландшафт ідуть пліч-о-пліч в песимістичній звуковій картині сучасності, яку змальовує Шафер. Його знаменитий проект “The World Soundscape Project” мав на меті дослідити різні звукові ландшафти Канади і знайти способи їх гармонізувати. В музичному плані Шафер схвалює експерименти Антона Веберна, який перевідкрив цінність тиші для західної гармонії. Стримана лаконічна музика Веберна, за словами Адорно, «залишає слухача з тишею раніше, ніж він починає будь-що сприймати»<sup>123</sup>. Великі надії Шафер також покладає на акустичний дизайн і квадрафонію<sup>124</sup>: хоча вони й належать до «шизофонічних» засобів електроакустичного відтворення, але здатні штучно сконструювати гармонійний звуковий ландшафт. Так, Шафер наводить приклад Gençlik Park у Анкарі (Туреччина), дизайнери якого вдало використали фонову музику, «хоча її гучність надто велика»<sup>125</sup>.

З точки зору звукової екології феномен walkman’а можна розуміти як одночасне породження і відторгнення звукового ландшафту. (Мета)музика урбаністичного середовища – це суміш-какофонія зі звуків транспорту, аудіо-реклами, голосів сторонніх осіб, розмов по мобільному телефону тощо. Якщо Шафер і його послідовники намагаються змінити ситуацію за рахунок моделювання акустичного ландшафту і створення метамузичних композицій,

---

<sup>122</sup> Schafer R.M. The Tuning of the World. – Random House, 1997

<sup>123</sup> Адорно Т. Антон фон Веберн <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000603/> – доступ від 28.05.2009

<sup>124</sup> Квадрафонія – запис і відтворення звуків, що здійснюються по чотириканальній стереофонічній системі

<sup>125</sup> Schafer R.M. The Music of the Environment // Audio Culture. Readings in Modern Music. – New York, 2007.

то відповідальні за комфортність городян чиновники бачать проблему інакше. В Україні це виявляється у поширенні специфічної музичної цензури для транспортних засобів. Наприклад, мешканці Києва довгий час зверталися до муніципальної влади зі скаргами на надмірну пристрасть водіїв до «шансону»<sup>126</sup>. У 2004 році КМДА заборонила вмикати радіостанції, що транслюють «шансон, який дратує пасажирів»<sup>127</sup>. Сам факт гучно ввімкненої музики у публічних місцях не розглядався. Натомість йшлося про «розумну» альтернативу «шансону»: «У нас що, немає пісень про Україну, про Київ?», – дивувався тодішній заступник міського голови<sup>128</sup>. Подібну акустичну ідеологію сповідує «Укрзалізниця», чітко регламентуючи поїзний репертуар: «перевага віддається українським виконавцям»<sup>129</sup>. У 2003 році перелік музичних творів, рекомендованих Укрзалізницею, налічував 34 композиції, серед яких кількісно лідирував Павло Зібров (3 пісні)<sup>130</sup>.

В ситуації, коли на публічному рівні питання формулюється в дискурсі вибору між «шансоном» та «Павлом Зібровим», городяни шукають індивідуальних рішень. Плеєр допомагає кожній окремій людині заглушити lo-fi середовище, в якому вона знаходиться. Та, за Шафером, це можна тлумачити як слабку позицію. Гучність цивілізаційного шуму є наслідком імперіалістичних амбіцій. Голосно вмикаючи «шансон» чи «пісні про Україну», носій імперіалістичного мислення заповнює собою простір. Таким чином він поширює свою присутність, колонізує територію. Практика слухання плеєра з метою «заглушити» звуковий фон, фактично, легітимізує існуючий стан речей.

Подібне слухання має шизофонічний характер – не лише тому, що воно опосередковане електроакустичним відтворенням. Шизофонічний розрив відбувається за рахунок вилучення слуху з загальної акту перцепції. Тобто від свого носія відірваний не лише звук, а й слуховий канал. Саме так

<sup>126</sup> Йдеться про т.зв. «російський шансон» і «блатняк», що мають мало спільного з оригінальним французьким шансоном

<sup>127</sup> <http://www.kmv.gov.ua/news.asp?IdType=1&Id=26881> – доступ від 29.05.2009

<sup>128</sup> <http://korrespondent.net/ukraine/events/97568> – доступ від 29.05.2009

<sup>129</sup> [http://maidan.org.ua/static/mai/images/UZ\\_Re.gif](http://maidan.org.ua/static/mai/images/UZ_Re.gif) – доступ від 29.05.2009

<sup>130</sup> Там само

тлумачить поняття шизофонії російський музикознавець Євгеній Назайкінський:

«Таке виключення посилює автономію слуху, невідхильно наближаючи її до небезпечної мети, за якою таїться нова загроза – розпад природних зв'язків органів чуття. У натовпі людина з навушниками здається одинаком. Якщо висловитися точніше, лише половина її перебуває в акустичній самотності, друга ж – в пістрявому людському вихрі»<sup>131</sup>.

Інакше кажучи, плеєр є по-маклюєнівськи гарячим медіумом, що розжарює слухове чуття до рівня високої визначеності на вимогу самої людини. Англійська дослідниця і дизайнер звуку Софі Аркет вказує, що walkman створює портативний звуковий ландшафт. При цьому варто уточнити: такий пересувний ландшафт – це не hi-fi. Неможливо слухати Веберна під час поїдки в громадському транспорті – його «зловживання» тишею глушиться загальним шумовим фоном. Музика відвойовує свою автономію від шуму за рахунок збільшення гучності, тоді як точність відтворення залишається низькою. На думку Аркет, саме плеєр, а не урбаністичне середовище lo-fi остаточно відчужує людину від простору: «Я наполягаю, що звукове середовище з усією його здавленою низькочастотною обстановкою не досягло того рівня насиченості, коли ми стаємо відчужені від нього. Ізоляція чи витіснення з акустичного середовища радше відбуваються внаслідок таких гаджетів, як Walkman чи мобільний телефон»<sup>132</sup>. Отже, з точки зору акустичної екології слухання плеєра має наслідком остаточне відчуження людини від звукового середовища.

Дизайн звукового ландшафту, що здійснюється на умовах суспільного договору, і плеєр як індивідуальний портативний «глушник» – це не єдині способи опанування урбаністичного шуму. Існує також протилежна стратегія Джона Кейджа. На противагу Шаферу, який уникає шуму і звукової еkleктики, Кейдж радикально розширює межі гармонії і включає у неї нові

<sup>131</sup> Назайкинский Е. Шизофония <http://dom.hi-fi.ru/doc/read.php?id=589> – доступ від 29.05.2009

<sup>132</sup> Arkette S. Sounds Like City // Theory Culture Society, # 21, 2004. P. 163

звуки. Знаменита композиція Кейджа «Чотири хвилини, тридцять три секунди» (1952) написана для будь-якого інструменту чи ансамблю. Завдання музикантів полягає в тому, щоб нічого не виконувати протягом цього часу. Помилково це називають «чотири хвилини, тридцять три секунди тиші». Та Кейдж, на відміну від Веберна, хотів, щоб аудиторія слухала не тишу, а звуки довколишнього середовища. «Коли Кейдж відчиняє двері концертної зали, щоб впустити шум вулиці всередину, він регенерує всю музику»<sup>133</sup>, – вважає Жак Атталі. Тиша для нього – це заперечення людської особистості, тоді як шум – повернення музики до слухача. Скрипіння крісла, дверей, що повільно зачиняються, кашель, звук прохожого поїзда – всі ці звуки набувають нового музичного сенсу. Як каже Софі Аркет, Кейдж перевертає усталений протокол: шум стає музикою, аудиторія – виконавцем, поняття тиші – чистою номінальністю. «Його [Кейджа] парадигмальний зсув не лише розширює слухацький ауратичний горизонт, але також трансформує його/її ставлення до музики в цілому: слухати звуки як опозицію музичним аргументам, фокусуватися на скрипінні скрипки, а не на тональних відношеннях»<sup>134</sup>.

З такої перспективи практика слухання плеєра може мати ще один зміст. Оскільки звуки повинні «гармоніювати» з навколишнім середовищем, ідеальною музикою walkman'а можна вважати напрями, що генетично пов'язані з середовищем. Наприклад, нойз (noise) чи ембієнт (ambient). Нойз естетизує шум і перенаправляє його на слухача в частково зміненому стані (запис, монтаж, редагування). По суті, це музика редімейд: її естетична вага обумовлена фактом (номінального) втручання композитора і тим, що вона лунає з плеєра, а не «з вулиці». Індивідуальний пристрій слухання інтеріоризує шум, переозначаючи його в нойз. Якщо Кейдж відкриває двері герметичної концертної зали, то плеєр робить зворотний жест – він «прикриває» їх, щоб опосередкувати шум і дистанціювати слухача. Без цієї

---

<sup>133</sup> Attali J. Noise. The political Economy of Sound. – Minnesota, 2006. P.136

<sup>134</sup> Arkette S. Sounds Like City // Theory Culture Society, # 21, 2004. P.166

дистанції шум залишається тільки шумом, а завдяки плеєру досягається максимальна фізична близькість музики і шуму зі зберіганням їхньої автономії.

Що стосується ембієнту, то його концепція багато в чому перегукується з шаферівськими ідеями звукового дизайну. Перший альбом, що вийшов на лейблі «ембієнт» називався «Музика для аеропортів» (1978). Його автор – британський композитор Браян Іно – задумував цю музику як звукову інсталяцію, що пом'якшила б тривожно-напружену атмосферу аеропорту. Ідея виникла під час того, як Іно провів сім годин в німецькому аеропорту «Кьольн-Бонн». За його словами, «музика ембієнт має пристосовувати різні рівні слухацької уваги, не підсилюючи жодного з них; вона має бути настільки ж нехтуваною, наскільки цікавою»<sup>135</sup>. Цей посил можна зрозуміти як маклюєнівське «охолодження» слуху – він не повинен домінувати в процесах перцепції. Ембієнт, що лунає з плеєра, – це максимально холодна музика в гарячому каналі комунікації. Від акустичного дизайну її відрізняють специфічні художні засоби, а також лояльне ставлення до звичайного електроакустичного відтворення. Адже «музика для аеропортів» вийшла спочатку на платівці, «прямим призначенням» якої було індивідуальне слухання. Згодом музична інсталяція була встановлена в одному з терміналів Нью-Йоркського аеропорту LaGuardia. Решта аеропортів і досі звучать «тривожно-напружено», тому лише плеєр може запропонувати альтернативний акустичний образ цього простору.

---

<sup>135</sup> Eno B. Music for AirportsLiner Notes [http://music.hyperreal.org/artists/brian\\_eno/MFA-txt.html](http://music.hyperreal.org/artists/brian_eno/MFA-txt.html) – доступ від 27.05.2009

### 3.3 Нове фланерство і кінематографічний досвід

Хоча своїм виникненням портативний плеєр завдячує новітній «мобільній» раціональності, назва «walkman» не пов'язана з сучасними транспортними засобами. Навпаки – вона відсилає до більш давнього способу пересування в просторі, яким є піша прогулянка. Плеєр супроводжує не лише авіаперельоти чи поїздки в метро, що мають зовнішню причину, – сама по собі прогулянка становить інтерес для walkman'а. У цьому сенсі його попередником є фланер – характерний персонаж урбаністичної культури ХІХ століття.

Французьке дієслово *flâner* значить тинятися, вештатися, сновигати. Саме цим, за словами Вальтера Беньяміна, регулярно займався Шарль Бодлер – «поет епохи зрілого капіталізму». Як «професійний фланер» Бодлер відрізнявся від решти перехожих тим, що не ставив перед собою завдання дістатися з точки А в точку Б – некваплива прогулянка була самоціллю поета. На відміну від інших пішоходів фланер завжди мандрував наодинці. «Бодлер любив усамітнення, але хотів відчувати його в натовпі»<sup>136</sup>, – зазначає Беньямін. Вічним самітником є також walkman: навколо може бути скільки завгодно людей, але він завжди тримається осторонь. Walkman іде на інтимне побачення з містом – «третьій» буде зайвим: навушники сигналізують довколишнім, що людина «зайнята» і краще її не турбувати. Як би фізично близько не були люди, walkman забезпечений надійним механізмом дистанціювання – він чує те, чого не чують інші, і навпаки. Щоб заговорити з ним, треба поставити себе на місце німого, який використовує мову жестів, бо не існує акустично. Зовнішня реальність існує для walkman'а візуально, гаптично, але не сонорно. Фланер – це людина-погляд, яка бачить місто через вуаль натовпу: його візуальний досвід переважає в акті сприйняття. Розповідаючи про це, Беньямін посилається на Георга Зіммеля, який зазначає: «Той, хто бачить, не чуючи, в значно більшій мірі (...) відчуває

---

<sup>136</sup> Беньямин В. Шарль Бодлер. Поет в епоху зрілого капіталізму // Беньямин В. Маски времени. Эссе о культуре и литературе. Санкт-Петербург, 2004. С.100

занепокоєння, ніж той, хто чує, не бачачи. Взаємовідносини людей у великих містах вирізняються яскраво вираженим переважанням активності зору над активністю слуху»<sup>137</sup>. У випадку фланера йдеться лише про переважання зору над слухом, тоді як walkman остаточно відмовляється від слухової перцепції зовнішнього світу.

Зіммель вважає, що з появою першого громадського транспорту стала типовою ситуація, коли люди хвилинами/годинами дивляться одне на одного, не розмовляючи. Та спілкування в цих умовах все ж можливе, про що свідчить цілий пласт фольклору, пов'язаного зі стихійними знайомствами, анекдотами і соціальними конфліктами у транспорті. Наприклад, перша сцена фільму Джима Джармуша «Мрець», дія якого відбувається в Америці XIX столітті, показує тривалу подорож у потязі, під час якої до головного героя підсідає незнайомец і починає з ним спілкуватися<sup>138</sup>. Теза Зіммеля повністю справджується лише у випадку walkman'а – перехожі/пасажири, яких він розглядає, дійсно не можуть з ним заговорити. Це демонструє приклад Джона Сібрука, який починає свою книгу про nobrow з опису прогулянки по Манхеттену. Сібрук-walkman бачить екран, по якому в прямому ефірі транслюється присяга новообраного президента Клінтона. «Я читав субтитри на екрані, а в навушниках гримів похитливий вбивчий реп у виконанні Бі Ай Джі, і в мозку у мене виникла, накладаючись на зображення президента, картинка з реп-відео. ... Хоч я і намагався сконцентруватися на словах президента, я не міг не спробувати одночасно розгадати зміст реп-пісні»<sup>139</sup>. «Німий» Клінтон, який не може бути почутим навіть після медіації в субтитрах, втілює образ того, чим є зовнішня реальність для людини з плеєром.

Отже, навколишній світ для walkman'а – це не більше, ніж динамічна картинка. Блукаючи містом він ніби дивиться німе кіно, а музика в плеєрі виконує функцію персонального тапера і створює «саундтрек» до фільму в

<sup>137</sup> Беньямин В. Шарль Бодлер. Поэт в эпоху зрелого капитализма // Беньямин В. Маски времени. Эссе о культуре и литературе. – Санкт-Петербург, 2004. С.83

<sup>138</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=qWBnhQOXpWE&feature=related> – доступ від 27.05.2009

<sup>139</sup> Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры – Москва, 2005. С.11



режимі реального часу. Як і будь-який глядач, walkman занурений в «кіно», але не бере в ньому прямої участі. Ця дистанція має зворотну силу: «кіноактори» не реагують на глядача, адже він перебуває в іншій реальності. Саме тому англійський дослідник Майкл Булл вважає, що обумовлений звуком погляд walkman'а принципово відрізняється від погляду фланера. «Звукове «бачення» стає вуаеристичним і всемогутнім водночас, оскільки той, хто дивиться, «зникає» в невидимому погляді»<sup>140</sup>. Навушники служать виправданням кожному, хто настирно розглядає іншого. Якщо хтось відчує на собі погляд фланера, це може обернутися руйнуванням дистанції і оберненням суб'єкта в об'єкт бачення. Але walkman застрахований від подібних проблем своїм приватним саундтреком, який створює комфортну звукову обгортку будь-якої ситуації.

У «Практиці повсякденного життя» (1980) Мішель де Серто протиставляє пішохода, який «пише» текст міста, створюючи власний маршрут пересування, і того, хто «читає» його з позиції відстороненого глядача – наприклад з висоти сто десятого поверха Всесвітнього торговельного центру. Це виняткове оптичне становище дарує еротичну насолоду бачення міста в цілому. Так виникає урбаністичний текст, що не доступний пішоходам: «Їхні тіла ідуть за всіма вигинами «тексту» міста, який вони пишуть, не маючи можливості прочитати. Практикуючи це, вони пізнають простір всліпу, як коханці, затиснені в обіймах одне одного»<sup>141</sup>. Коли пішохід одягає навушники з плеєром, він також перетворює місто на текст і починає його не тільки писати, але й читати. Не міняючи оптичну диспозицію, плеєр створює «читацьку» дистанцію засобами звуку. При цьому еротична насолода вуайериста загострюється оптичною близькістю об'єкту споглядання. З іншого боку, плеєр принципово міняє спосіб «написання» тексту. Де Серто порівнює місто з природною мовою, що пропонує обмежену кількість «словесних» маневрів – так само маршрут

---

<sup>140</sup> Bull M. The World According to Sound: Investigating the World of Walkman // New Media Society, # 3, 2001. P.88

<sup>141</sup> Certeau, M de. The Practice of Everyday Life. – Berkley, 1984. P.93

пішохода наперед заданий розташуванням вулиць і поворотів. Музика принципово розширює арсенал засобів того, хто «пише». Можливостей стає, фактично, безліч, адже кожен маршрут по-новому читається з іншою музикою. Варіативність тексту міста, яку відкриває для себе walkman, недоступна «возвишеному» глядачеві. Людина з плеєром створює унікальний текст міста, який сама і прочитає.

Визначальна роль музики в практиці walkman'a – це один з небагатьох сучасних прикладів «опанування» образу. Наприклад, з винайденням звукового кіно музика перетворилася на його другорядний додаток. У передмові до книги Теодора Адорно та Ганса Айслера «Композиторство для фільмів» Грехем Маккенн розповідає історію-анекдот про «Рятівний човен» Альфреда Хічкока (1944). Композитору стає відомо, що режисер вирішив відмовитися від музики, оскільки дія фільму відбувається у рятівному човні – «звідки там взятися музиці», на що він відповідає: «попросіть пана Хічкока сказати, звідки там взялася камера, і я скажу, звідки береться музика»<sup>142</sup>. Цим прикладом Маккенн ілюструє тенденцію знецінення музики в кінематографі, що залишається актуальною і за 50 років після написання спільної книги Адорно і Айслера. Ще в 40-х роках німецькі дослідники, які на той час перебували в США, закликали використовувати музику як критичний інструмент, що відкриє глядачам нові перспективи розуміння кіно. Деякі режисери свідомо чи інтуїтивно прислухаються до цієї поради, хоча їхні приклади є скоріше винятками. Серед них – уже згадуваний Джим Джармуш, який дуже уважно ставиться до музики у своїх фільмах. Він музикує сам, а також ґрунтовно співпрацює з Томом Вейтсом, Нілом Янгом, Джоном Лурі.

У фільмах Джармуша багато протяжних «німих» сцен, під час яких сюжет ніби застигає – на передній план виходить музика. Відчуття глядача у такі моменти дуже схожі на кінематографічний досвід walkman'a: насичення змістом доручається музиці. Особливо показовим є перший повнометражний

---

<sup>142</sup>McCann G. New Introduction // Adorno T., Eisler H. Composing for the Films <http://books.google.com/books?id=jrJUvOWaNf4C&printsec=frontcover&dq=composing+for+the+films&ei=QIItSsf0DInGyATW7L2kBw&hl=ru#PPR7,M1> – доступ від 29.05.209 P.viii

фільм режисера «Відпустка без кінця» (1980), де головний герой Алоїз постійно вештається Нью-Йорком. В одній зі сцен він натрапляє на вуличного саксофоніста, який запитує: «Хлопче, що тобі зіграти?». «Все одно – тільки б лунав цей божевільний вібруючий звук», – відповідає Алоїз і прямує далі по безлюдній вулиці<sup>143</sup>. При цьому соло саксофоніста (Джона Лурі) продовжується вже у наступній сцені, де хлопець прокидається на даху багатопверхового будинку наступного ранку. Музика пов'язує два віддалені в часопросторі фрагменти фільму і перетворюється на означник всього вчорашнього вечора, що залишився за кадром.

В цій ситуації Алоїз постає як типовий walkman: він хоче і далі слухати «божевільний вібруючий звук», а тому (рукою звукорежисера) «забирає» його з собою на прогулянку. Соло триває до того моменту, коли хлопець остаточно прокидається і зводиться на ноги – весь цей час музика зберігає його вчорашній прогулянковий настрій. Так само за допомогою плеєра слухач перетворюється на (звуко)режисера свого персонального німого кіно – музика асоціює розірвані топоси і моменти часу, визначає їхній настрій. Walkman сам задає тривалість і атмосферу ситуації. При цьому його реальний візуальний досвід може залишатися «за кадром», адже організуючим кінематографічним принципом виступає музика. Один і той самий візуальний матеріал має найрізноманітніші значення в залежності від того, яка музика його супроводжує.

---

<sup>143</sup> <http://www.youtube.com/watch?v=CNeIAIMbg74> – доступ від 24.05.2009

### 3.4 Ізоляція vs автономія

Отже, в повсякденній практиці walkman'a переплітаються дві стратегії – «апофатична» (заперечення зовнішнього середовища) та «позитивна» (конструювання змісту за допомогою музики). В обох випадках плеєр переозначає ситуацію і змінює сприйняття зовнішнього світу на індивідуальну вимогу слухача. Інтерпретуючи явище walkman'a, різні дослідники в той чи інший спосіб акцентують на індивідуалізації. Наприклад, Майкл Булл говорить про «приватизацію досвіду» та «естетичну колонізацію» і виводить генеалогію walkman'a з давньогрецького міфу про Одиссея та сирен: «Цей уривок з Гомера є першим описом приватизації досвіду через звук»<sup>144</sup>.

У дванадцятій пісні «Одіссеї» герой пропливає біля скелястих берегів острова, де живуть сирени – підступні істоти, що заманюють мореплавців прекрасним співом. Одиссей знає, що ідучи назустріч їхнім голосам, корабель розіб'ється об скелі, але не може встояти перед спокусою і вирішує перехитрувати сирен. Він затикає вуха своїх моряків воском і наказує їм гребти в повну силу що б не сталося. Одиссеєві вдається почути прекрасний спів лише завдяки тому, що його підлеглі позбавлені такої насолоди. З цього приводу в «Діалектиці Просвітництва» Адорно і Хоркхаймер говорять про класову природу естетичного задоволення<sup>145</sup>. Булл розвиває їхню думку, називаючи вчинок Одиссея – приватизацією досвіду слухання.

Walkman, як і Одиссей, слухає музику в той час, коли її не можуть чути люди навколо нього. Він отримує індивідуальну естетичну насолоду, що послаблює його соціальний зв'язок зі спільнотою. Цей союз людини з плеєром можна порівняти з тим, що Моріс Бланшо називає «неописуваними спільнотами»<sup>146</sup>: як і стосунки друзів чи коханців, самодостатність процесу слухання має асоціальний характер. Плеєр є не лише наслідком потягу до

<sup>144</sup> Michael Bull M. The Seduction of Sound in Consumer Culture: Investigating Walkman Desires // Journal of Consumer Culture, #2, 2002. P.84

<sup>145</sup> Адорно Т., Хоркхаймер М. Понятие Просвещения // Адорно Т., Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. – Москва-Санкт-Петербург, 1997. С.49

<sup>146</sup> Бланшо М. Неопикуемое сообщество <http://lib.ru/INPROZ/BLANSHO/soobshestwo.txt> – доступ від 01.06.2009

приватизації естетичної насолоди – до певної міри він сам продукує бажання усамітнення. Адже така практика слухання стало повсякденним автоматизмом, який витісняє альтернативні практики соціальної взаємодії. Жиль Ліповецкі тлумачить масове поширення плеєрів як сплеск нарцисизму. «У світі виникає нова ера байдужості, яка супроводжується навіть не екстазом самолюбубання; сьогодні нарцис *балдіє*, оточений підсилюючими колонками чи надягаючи навушники, самозадовольняючи себе за допомогою тяжкого року»<sup>147</sup>. За Ліповецкі, walkman є реакцією на порожнечу (соціальної) дійсності, від якої людина ховається в голосних децибелах музики з плеєра. Інтегрована спільнота розпадається на механічну сукупність індивідів, громадянин, учасник колективу розчиняється в проявах власного нарцисизму.

Ліповецкі належить до тих дослідників, які фіксують новітні прояви індивідуалізації з долею песимізму. Японський автор Шухей Хосокава<sup>148</sup> є прикладом альтернативного дискурсу walkman'а – замість ізоляції та нарцисизму в його випадку йдеться про автономію. Хосокава тлумачить індивідуальну практику слухання плеєра як сингуляризацію музики. Посилаючись на Жюльєн Дельоза, японський дослідник стверджує, що ця сингулярність радикально відмінна від індивідуалізації чи персоналізації. Вона радше номадична – анонімна, імперсональна, преіндивідуальна. Подія музики завдяки плеєру стає більш випадковою та унікальною. Плеєр не ізолює, а автономізує людину, залишаючи її при цьому всередині спільноти. Він створює позитивну дистанцію між групою та індивідом – дистанціювання стверджує те, від чого дистанціюється: «Ідея позитивної дистанції (яку не треба ні усувати, ні перемагати) для нас важлива, оскільки вона допомагає виміряти протилежності завдяки їх кінцевому розрізнюванню замість прирівнюванню відмінностей до безмірної суперечливості, а останньої – до

---

<sup>147</sup> Ліповецкі Ж. Ера пустоти. Ессе о современном индивидуализме. – Изд-во «Владимир Даль», 2001. С.114

<sup>148</sup> Hosokawa S. The Walkman Effect // Popular Music, Vol. 4, Performers and Audiences (1984), pp. 165-180

тотожності, яка сама безкінечна»<sup>149</sup>, – говорить Дельоз. За Хосокавою, walkman інтегрується в урбаністичне середовище за допомогою позитивної дистанції.

З думкою японського дослідника можна погодитися в тому сенсі, що walkman все ж відрізняється від інших нарцисів, з якими його ототожнює Ліповецькі. Людина, яка залишається вдома і на повну гучність вмикає потужні колонки, справді ізолює себе – не лише акустично, а й просторово-тілесно. Тоді як жест walkman'а – це перш за все вихід у місто, занурення в середовище. Плеєр нівелює звуковий ландшафт, але без специфічного просторового контексту він недоречний. Тобто поняття позитивної дистанції в цьому випадку дійсно працює. Відносини walkman'а зі спільнотою побудовані на принципі звукової автономії – він задовільняє свій приватний нарцисизм, не порушуючи загальної цілісності. Ліповецькі правий у тому, що спільність як така розпадається, але плеєр парадоксальним чином підтримує її, бо зупиняє цей розпад на певній стадії. Порівняно з іншими персональними практиками слухання walkman обирає «соціальнішу» форму індивідуалізації – він, принаймні, не пересідає в автомобіль і не замикається вдома. Навушники – це своєрідна терапія, що полегшує один з симптомів загальної проблеми індивідуалізації.

---

<sup>149</sup> Делез Ж. Логика смысла. – Екатеринбург, 1998. С.228

## ВИСНОВКИ

Існує багато способів говорити про музику, хоч сама вона змушує замовчати і слухати. Наша розповідь чимось нагадує одну з «Капсул часу» Енді Уорхола – це колекція артефактів, які назбирались упродовж певного відрізка часу. Як і Уорхол, ми припускаємо, що вони можуть розповісти про людину не менше, ніж вона сама. Такими артефактами в нашому випадку є медіа, що з'явилися в побуті слухача протягом останніх десятиліть. Розглядаючи їх, ми намагалися зрозуміти, якою постає музика в повсякденному житті, не відповідаючи на запитання, чим вона є сама по собі. Нас цікавили практики слухання, трансформації сприйняття, відносини між меломанами та музикантами, що виникли у відповідь на технічні інновації.

Нові – цифрові, мережеві, комп'ютерні – медіа в нашій колекції представлені аудіоформатом MP3, файлообмінними сервісами, соціальними мережами, віртуальними спільнотами та портативними цифровими плеєрами. Разом ці об'єкти утворюють те, що Вальтер Беньямін назвав би сузір'ям: це тільки уламки іманентної єдності, що зійшлися в даній конфігурації під організуючим поглядом спостерігача. Зв'язки між ними завжди опосередковані: так, процеси файлообміну виходять на портативні плеєри через MP3 або комп'ютер, що є центральним метамедіумом. Ми намагалися не нав'язувати вигадану цілісну структуру ззовні, а розглядали нові медіа дискретно, через що наша робота виглядає фрагментованою. В той же час можна помітити, що окремі фрагменти перетинаються у сформульованих проблемах чи теоретичному підґрунті, з якого вони виростають. Наприклад, частина, що присвячена YouTube, і порівняльний опис walkman'a та фланерства сходяться у питанні співвідношення візуального та слухового досвіду. Усі три розділи дотичні між собою, окрім іншого, в застосуванні концептуального апарату Жюльєн Дельоза: спочатку ми розглядали файлообмін в контексті номадологічного проекту, потім вказували на ризому як спосіб

організації Last.fm, а згодом вийшли на поняття позитивної дистанції, що допомогла нам встановити тип стосунків walkman'a з його середовищем.

Подія винайдення звукозапису була негайно визнана революційною для подальшого розвитку музики, чого не сталося з цифровими аудіоносіями. Та для нас зрозуміло, що поява формату MP3 також призвела до системних змін слухацького досвіду. Хоч це і «непомітний» медіум, в якого немає матеріального носія, він все-таки змінив структуру звуку – для когось відчутно, для когось несуттєво. MP3 передбачає специфічні практики слухання, що проявляється, зокрема, на рівні дизайну супровідних програм. У цьому сенсі ми відзначили опцію випадкового вибору композицій, яку пропонують електронні та портативні цифрові плеєри, відтворюючи файли MP3. Вона свідчить про необтяжливий, фоновий характер слухання, популярність якого зросла з поширенням нових медіа.

Стандартизація як передумова MP3 дозволяє говорити про його включеність в процеси масового виробництва культури. Поява такого доступного аудіоносія стала новим етапом демократизації музики. Її наслідком можна вважати тенденцію зростання кількості музикантів і аудіопродукції, що призводить до їхнього знецінення, а також дезорієнтує слухача – йому все тяжче орієнтуватися в масиві нової музики. Зворотною стороною цього процесу є виникнення нових способів розповсюдження, що передбачають альтернативні форми соціалізації слухачів та мають емансипуючий потенціал для музикантів (у зв'язку з їхньою залежністю від лейблів звукозапису). Файлообмін, який раніше послужив причиною-виправданням існування MP3, надзвичайно активізувався на початку XXI століття. Децентралізована архітектура віртуальних мереж, що служать для обміну файлів, ситуативність зв'язків між учасниками, невизначеність їхніх соціальних ідентичностей стали підставами для того, щоб вважати файлообмін медіавтіленням номадологічного проекту Дельоза-Гваттарі. Наша позиція в цьому питанні до певної міри заангажована – ми надаємо



перевагу новим стихійним формам розповсюдження музики перед системою централізованого контролю, якою є музичний капіталізм.

З того моменту, як музика «вийшла в онлайн», вона стала частиною синестезійної реальності мультимедіа. У зв'язку з цим ми відзначили феномен спектакуляризації музики, яскравим прикладом якого є популярний Інтернет-сервіс YouTube. На нашу думку, він продовжує лінію, започатковану музичним телебаченням (MTV). Йдеться передусім про жанр музичного відео, який переступив на новий рівень розвитку – вийшов за межі молодіжної аудиторії і розширив свій музичний арсенал. YouTube також успадкував від MTV нову систему цінностей, яку він транслює своїй аудиторії. Це повгов, або поп-смак, що витісняє колишнє ієрархічне мислення-поділ на низьке і високе, заміняючи критерії художньої якості кількісними показниками.

В умовах Інтернету музика позбувається своїх колишніх історичних, стилістичних, жанрових ознак і перестає бути справою вузької групи професіоналів. Вона стає одним з напрямів культури участі, що заохочує будь-яку, в тому числі музичну, творчість. Це виливається у сплеск аматорства і графоманії, появу сотень тисяч нових виконавців, що намагаються прославитися в Інтернеті. На прикладі сервісу MySpace ми продемонстрували зсув від логіки пошуку до логіки подачі – сьогодні музика сама прямує до слухача, не чекаючи, поки він її знайде. Віртуальні спільноти, в яких панує логіка подачі, оперують усталеними соціальними категоріями, нівелюючи при цьому їхній соціальний зміст. Так, приміром, принципових трансформацій зазнала категорія дружби, що використовується в соціальних мережах нового типу.

Віртуальні спільноти вивели на центральну арену мистецтва нову естетику – треш. Маргінальні музиканти, унікальність яких базується на принциповій відсутності таланту в його традиційному розумінні, перетворилися в деміургів мейнстріму. Цей феномен ми назвали «синдромом

Васильціва», акцентуючи увагу на найяскравіших вітчизняних прикладах. Медіанедоумки від музики завдячують своєю популярністю новітнім засобам комунікації, але треш-марафон виходить за їхні межі і поширюється на всю медіасферу. Ще одна загальна тенденція, яка бере початок з нових медіа, – це руйнування жанрово-стилістичних класифікацій на користь ризомної організації множини музичних явищ. Її втіленням для нас є сервіс Last.fm – продовження авангардного проекту радіо, що так і не реалізувався внаслідок втручання тоталітарних ідеологій.

Якщо звукозапис зробив можливим пересування музики в часі, то нові медіа остаточно звільнили її від просторової детермінації. Файлообмін призвів до ретериторіалізації аудіоносіїв у глобальних комп'ютерних мережах, а портативні пристрої зробили те саме в фізичному просторі. З часів першого портативного плеєра Sony Walkman ідеологія, яку вкладають у цей медіум виробники, зазнала певних трансформацій: принципово розширилася аудиторія, дискурс технологічної прогресивності змінився орієнтацією на мінімальний фізичний розмір і максимальний вміст інформації. Навушники стали окремим ціннісно навантаженим аксесуаром, маркером ідентичності слухача. Портативний плеєр лежить в основі нового типу слухача – walkman'а. Його практика, як нам стало зрозуміло, поєднує дві стратегії: акустичне заперечення зовнішнього середовища та індивідуальне конструювання перцептивного досвіду.

Попередником walkman'а як персонажа урбаністичної культури є фланер. Слухач портативного плеєра успадкував його схильність до усамітнення в натовпі та переважання візуального сприйняття зовнішнього світу. Проте ступінь індивідуалізації walkman'а вищий у порівнянні з фланером, оскільки перший конструює свій персональний звуковий ландшафт, що більше нікому не доступний. Досвід людини, яка блукає містом у навушниках, ми визначаємо як кінематографічний – динамічне зображення в режимі реального часу супроводжується саундтреком, що

уподібнює ситуацію до німого кіно. Продемонструвати цей ефект нам допомогли фільми Джима Джармуша, в яких, як нам здається, вдало артикульована проблематика walkman'a. Для нас також було важливо з'ясувати характер індивідуалізації людини у зв'язку з використанням портативного пристрою слухання. Ми виокремили дві точки зору, що можливі у відповідь на це питання – ізоляція та автономія. На нашу думку, walkman – це безсумнівний приклад індивідуалізації, але ступінь його індивідуалізованості менший у порівнянні з іншими стратегіями персонального слухання. А тому йдеться радше про автономію: плеєр створює позитивну дистанцію, що віддаляє, але не виключає індивіда.

На сьогоднішній день нові медіа все ще залишаються «новими»: розвиваючись і змінюючись майже щодня, вони вимагають нашого осмислення і, в той же час, прирікають його на постійне запізнювання. У майбутньому ми можемо припустити зростання популярності альтернативних цифрових форматів аудіоінформації, інтеграцію автономних сьогоднішніх медіа в нових мультимедійних формах, нарощення місткості носіїв у зв'язку зі збільшенням обсягів аудіопродукції. Цікавим запитанням є подальший розвиток файлообміну: система розповсюдження музики може змінитися докорінним чином, якщо великі лейбли звукозапису перестануть боротися з проявами номадичного мислення і переорієнтують зусилля на зміну власної структури. Не виключено, що деякі висновки, яких ми дійшли у роботі, вже завтра можна буде забути – нові медіа досі розвиваються у швидкому темпі. Тема не вичерпана перш за все історично – її можна проектувати як в минуле, так і в майбутнє, а тому найближчі десятиліття вона залишатиметься актуальною.

Найбільша складність, з якою нам довелося мати справу в цій роботі, – особистий суб'єктивний досвід, що в будь-якому разі дає про себе знати – як через несвідоме втручання, так і в зв'язку з небезневинним бажанням його

відмежувати. Тому він присутній не лише як більше чи менше вмотивована заангажованість, а й у вигляді лакун, сліпих плям та інших фігур замовчування. З іншого боку, хочеться сподіватися, що наше вчуття у проблему мало також позитивні наслідки і зробило цю роботу трохи цікавішою.

## ІНТЕРНЕТ-ДЖЕРЕЛА

1. [audio.micronet.lv/books/AldoshinaPsychoacoustics.pdf](http://audio.micronet.lv/books/AldoshinaPsychoacoustics.pdf) – *доцмyn вiд 21.05.2009*
2. <http://20minut.ua/news/134352> – *доцмyn вiд 26.05.2009*
3. [http://community.livejournal.com/art\\_off/profile](http://community.livejournal.com/art_off/profile) – *доцмyn вiд 26.05.2009*
4. [http://en.wikipedia.org/wiki/Dubreq\\_Stylophone](http://en.wikipedia.org/wiki/Dubreq_Stylophone) – *доцмyn вiд 24.05.2009*  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Korg\\_Kaossilator](http://en.wikipedia.org/wiki/Korg_Kaossilator) – *доцмyn вiд 24.05.2009*
5. [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Cd\\_loudness\\_trend-something.gif](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Cd_loudness_trend-something.gif) –  
*доцмyn вiд 05.05.2009*
6. [http://en.wikipedia.org/wiki/Gary\\_Brolsma](http://en.wikipedia.org/wiki/Gary_Brolsma) – *доцмyn вiд 24.05.2009*
7. [http://en.wikipedia.org/wiki/International\\_Organization\\_for\\_Standardization](http://en.wikipedia.org/wiki/International_Organization_for_Standardization)  
– *доцмyn вiд 05.05.2009*
8. [http://en.wikipedia.org/wiki/Loudness\\_war](http://en.wikipedia.org/wiki/Loudness_war) – *доцмyn вiд 05.05.2009*
9. <http://en.wikipedia.org/wiki/Meme> – *доцмyn вiд 24.05.2009*
10. <http://en.wikipedia.org/wiki/Tenori-on> – *доцмyn вiд 24.05.2009*
11. [http://en.wikipedia.org/wiki/Viral\\_video](http://en.wikipedia.org/wiki/Viral_video) – *доцмyn вiд 24.05.2009*
12. <http://forum.ixbt.com/topic.cgi?id=12:44876> – *доцмyn вiд 05.05.2009*
13. <http://forums.ilounge.com/showthread.php?t=103428> – *доцмyn вiд 07.05.2009*
14. <http://korrespondent.net/ukraine/events/97568> – *доцмyn вiд 29.05.2009*
15. <http://lurkmore.ru/%D0%9C%D0%B5%D0%BC> – *доцмyn вiд 24.05.2009*
16. [http://maidan.org.ua/static/mai/images/UZ\\_Re.gif](http://maidan.org.ua/static/mai/images/UZ_Re.gif) – *доцмyn вiд 29.05.2009*
17. <http://mediatedcultures.net/ksudigg/?p=163> – *доцмyn вiд 15.05.2009*
18. <http://messaging.myspace.com/index.cfm?fuseaction=mail.friendRequests> –  
*доцмyn вiд 20.05.2009*
19. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Walkman> – *доцмyn вiд 29.05.2009*  
<http://visionary.management.com.ua/management/akio-morita/> – *доцмyn вiд 27.05.2009*
20. <http://rus.625-net.ru/archive/z0200/3.htm> – *доцмyn вiд 04.05.2009*

21. <http://techradar1.wordpress.com/2008/01/11/facebookmyspace-statistics/> –  
*доцмyn вiд 20.05.2009*
22. <http://theremin.ru/lectures/emus.htm> – *доцмyn вiд 24.05.2009*
23. <http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=bio> – *доцмyn вiд 26.05.2009*
24. [http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=disco&album=2004\\_08\\_28\\_lito&song=kalmar\\_sushenyj](http://vasilvasiltsiv.txnet.com/?action=disco&album=2004_08_28_lito&song=kalmar_sushenyj) – *доцмyn вiд 26.05.2009*
25. <http://www.alexa.com/topsites/global> – *доцмyn вiд 15.05.2009*
26. [http://www.ehow.com/how\\_5000396\\_become-youtube-celebrity.html](http://www.ehow.com/how_5000396_become-youtube-celebrity.html) –  
*доцмyn вiд 23.05.2009*
27. <http://www.gopetition.com/petitions/re-mix-or-remaster-death-magnetic.html> – *доцмyn вiд 05.05.2009*
28. <http://www.kmv.gov.ua/news.asp?IdType=1&Id=26881> – *доцмyn вiд 29.05.2009*
29. <http://www.last.fm/music/%D0%9B%D0%B5%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B4+%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%86%D0%BA%D0%B8%D0%B9> – *доцмyn вiд 26.05.2009*
30. <http://www.last.fm/music/B%C3%A9la+Bart%C3%B3k/+tags> – *доцмyn вiд 27.05.2009*
31. <http://www.muzprosvet.ru/interview.html> – *доцмyn вiд 10.05.2009*
32. <http://www.slashgear.com/iriver-e100-mp3-player-thin-and-sexy-1511182/>  
– *доцмyn вiд 27.05.2009*
33. <http://www.youtube.com/watch?v=0OrNYjILi6k> – *доцмyn вiд 26.05.2009*
34. [http://www.youtube.com/watch?v=1DbvR8N5\\_4U&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=1DbvR8N5_4U&feature=related) –  
*доцмyn вiд 26.05.2009*
35. [http://www.youtube.com/watch?v=45dH29TDWtM&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=45dH29TDWtM&feature=channel_page)  
– *доцмyn вiд 24.05.2009*
36. [http://www.youtube.com/watch?v=4Q5IUBbxoHs&feature=channel\\_page](http://www.youtube.com/watch?v=4Q5IUBbxoHs&feature=channel_page) –  
*доцмyn вiд 26.05.2009*
37. <http://www.youtube.com/watch?v=9Dh1meFk12w&feature=related>,

38. <http://www.youtube.com/watch?v=BWV4N-ZcDJg> – *docmyn* *vid*  
13.05.2009
39. <http://www.youtube.com/watch?v=CNeIAlMbg74> – *docmyn* *vid* 24.05.2009
40. <http://www.youtube.com/watch?v=QRWpQnm8irs&feature=related> –  
*docmyn* *vid* 24.05.2009
41. <http://www.youtube.com/watch?v=qWBnhQOXpWE&feature=related> –  
*docmyn* *vid* 27.05.2009
42. <http://www.youtube.com/watch?v=XK0PoLYOz1c&feature=fvsr> – *docmyn*  
*vid* 24.05.2009
43. <http://www.youtube.com/watch?v=Zcc8gE54Md8&feature=channel> –  
*docmyn* *vid* 24.05.2009

## ЖИТЕПАТҮПА

1. Adorno T. W. On Popular Music  
[http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On\\_popular\\_music\\_1.shtml](http://www.icce.rug.nl/~soundscapes/DATABASES/SWA/On_popular_music_1.shtml) – *docmyn eid 04.05.2009*
2. Adorno T. W., Frenkel-Brunswik E., Levinson D. J., Sanford R. N. The authoritarian personality. – New York, 1950
3. Arkette S. Sounds Like City // Theory Culture Society, # 21, 2004
4. Attali J. Noise: The Political Economy of Music. – Minneapolis, 1985.
5. Beer D. Making Friends with Jarvis Cocker: Music Culture in the Context of Web 2.0 // Cultural Sociology, #2, 2008
6. Berland J. Sound, Image and Social Space: Music Video and Media Reconstruction // Sound and Vision. – Routledge, 1993
7. Bull M. The Seduction of Sound in Consumer Culture: Investigating Walkman Desires // Journal of Consumer Culture, #2, 2002
8. Bull M. The World According to Sound: Investigating the World of Walkman // New Media Society, # 3, 2001
9. Certeau, M de. The Practice of Everyday Life. – Berkley, 1984
10. Deleuze G., Guattari F. A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia  
<http://books.google.com/books?id=B9xLrS6mpGoC&printsec=frontcover&dq=A+Thousand+Plateaus&ei=I0wNSvvaD5GiygSs3-yvCw&hl=ru#PPR7,M1> – *docmyn eid 12.05.2009*
11. Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman  
[http://books.google.com.ua/books?id=gX-kksNNdFIC&dq=Doing+the+Cultural+Studies.+The+History+of+Sony+Walkman&printsec=frontcover&source=bl&ots=wnjOq2ClY&sig=cpCFFNfMaX-wOMXSsLn5M3LCMvI&hl=uk&ei=Kyc1Ssa3IdSO\\_AaG65H1Cg&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=5](http://books.google.com.ua/books?id=gX-kksNNdFIC&dq=Doing+the+Cultural+Studies.+The+History+of+Sony+Walkman&printsec=frontcover&source=bl&ots=wnjOq2ClY&sig=cpCFFNfMaX-wOMXSsLn5M3LCMvI&hl=uk&ei=Kyc1Ssa3IdSO_AaG65H1Cg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5) – *docmyn eid 27.05.2009*



12. Eno B. Music for Airports Liner Notes  
[http://music.hyperreal.org/artists/brian\\_eno/MFA-txt.html](http://music.hyperreal.org/artists/brian_eno/MFA-txt.html) – *docmyn vid*  
27.05.2009
13. Fiske J. Television Culture. – Routledge, 1995
14. Fiske, J. MTV: post-structural post-modern // Journal of Communication Inquiry, #1, vol. 10, 1986
15. Goodwin E. Fatal Distractions: MTV Meets Postmodern Theory // Sound and Vision. – Routledge, 1993
16. Hall S. Encoding/Decoding // Culture, Media, Language. – Routledge, 1980
17. Hosokawa S. The Walkman Effect // Popular Music, Vol. 4, Performers and Audiences (1984), pp. 165-180
18. Jenkins H. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21<sup>st</sup> Century (2005)  
<http://www.newmedialiteracies.org/files/working/NMLWhitePaper.pdf> –  
*docmyn vid* 16.05.2009
19. Keen A. The Cult of the Amateur. How Today's Is Killing Our Culture. – New York, 2007
20. Kinnally W. Getting up on the Download: College Students' Motivations for Acquiring Music via the Web // New Media Society #10, 2008
21. Lash S., Lury C. Global Culture Industry: The Mediation of Things. – Cambridge, 2006
22. Latour B. Where are the Missing Masses? Sociology of a Door  
<http://www.bruno-latour.fr/articles/article/050.html> – *docmyn vid*  
08.05.2009
23. Lee Tsang. Sound and Music in Website Design // Music, Sound and Multimedia. From Live to the Virtual Edinburgh University Press, 2007
24. Levine R. The Death of High Fidelity. 27.12.2007  
[http://www.rollingstone.com/news/story/17777619/the\\_death\\_of\\_high\\_fidelity/1](http://www.rollingstone.com/news/story/17777619/the_death_of_high_fidelity/1) – *docmyn vid* 05.05.2009

25. Levy J. Alternate Takes: The MP3 Challenge  
<http://www.rollingstone.com/rockdaily/index.php/2007/12/17/alternate-takes-the-mp3-challenge/> – *docmyn vid* 09.05.2009
26. Manovich L. The Language of New Media  
[http://books.google.com.ua/books?id=7m1GhPKuN3cC&dq=the+language+of+new+media&printsec=frontcover&source=bn&hl=uk&ei=-50xSsTsIdTFsgbg2smiCQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=4#PPT90,M1](http://books.google.com.ua/books?id=7m1GhPKuN3cC&dq=the+language+of+new+media&printsec=frontcover&source=bn&hl=uk&ei=-50xSsTsIdTFsgbg2smiCQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4#PPT90,M1) – *docmyn vid* 29.04.2009
27. Marshall L. The Effects of Piracy upon the Music Industry: A Case Study of Bootlegging Bootlegging // Media Culture Society # 26, 2004
28. McCann G. New Introduction // Adorno T., Eisler H. Composing for the Films  
<http://books.google.com/books?id=jrJUvOWaNf4C&printsec=frontcover&dq=composing+for+the+films&ei=QIItSsf0DInGyATW7L2kBw&hl=ru#PPR7,M1> – *docmyn vid* 29.05.2009
29. Murray J. Inventing the Medium // The New Media Reader. – Cambridge-London, 2003
30. Pinch T., Bijsterveld K. Sound Studies: New Technologies and Music // Social Studies of Science, # 34, 2004
31. Scannell J. Renegade Refrains: MP3 and the Pursuit of Affect // Convergence, # 7, 2007
32. Schäfer M.T. Bastard Culture! User Participation and the Extension of Cultural Industries <http://www.scribd.com/doc/8594831/Bastard-Culture-User-participation-and-the-extension-of-cultural-industries> – *docmyn vid* 16.05.2009
33. Schafer R.M. The Music of the Environment // Audio Culture. Readings in Modern Music. – New York, 2007
34. Schafer R.M. The Tuning of the World. – Random House, 1997
35. Sterne J. The MP3 as Cultural Artifact // New Media Society №8, 2006.

36. Sullivan J., Jones C. More Popular than Sex. 10.14.1999  
<http://www.wired.com/techbiz/media/news/1999/10/31834?currentPage=1> –  
доступ від 03.05.2009
37. Адорно Т. Антон фон Веберн  
<http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000603/> – доступ від  
28.05.2009
38. Адорно Т. Типы отношения к музыке // Адорно Т. Избранное:  
Социология музыки. Москва-Санкт-Петербург, 1999
39. Адорно Т., Хоркхаймер М. Понятие Просвещения // Адорно Т.,  
Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. – Москва-Санкт-Петербург,  
1997
40. Барт Р. Дендизм и мода // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике  
культуры. – Москва, 2004
41. Барт Р. Семиологическое приключение // Ролан Барт о Ролане Барте. –  
Москва, 2002
42. Барт Р. Смерть автора <http://www.philology.ru/literature1/barthes-94e.htm>  
– доступ від 27.05.2009
43. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической  
воспроизводимости <http://www.out-line.ru/ben.html> – доступ від  
09.05.2009
44. Беньямин В. Шарль Бодлер. Поэт в эпоху зрелого капитализма //  
Беньямин В. Маски времени. Эссе о культуре и литературе. Санкт-  
Петербург, 2004
45. Бланшо М. Неопишваемое сообщество  
<http://lib.ru/INPROZ/BLANSHO/soobshestwo.txt> – доступ від 01.06.2009
46. Бодрийар Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального  
[http://www.gumer.info/bogoslov\\_Buks/Philos/Bodr/Mol\\_Bol.php](http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/Bodr/Mol_Bol.php) – доступ  
від 13.05.2009

- 47.Горева Т. «Великая книга дня». Радио и социокультурная среда в СССР в 1920-1930-е годы // Советская власть и медиа (сост. Гюнтер Х., Хэнсен С.). – Санкт-Петербург, 2006
- 48.Горохов А. Дыра, прикрытая глянецом. – Москва, 2007
- 49.Гройс Б. Поп-вкус // Гройс Б. Комментарии к искусству. – Москва, 2003
- 50.Делез Ж. Логика смысла. – Екатеринбург, 1998
- 51.Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома («Тысяча плато», глава первая)  
[http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_1023.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_1023.htm) – *доступ від 27.05.2009*
- 52.Эко У. Утраченная укромность частной жизни // Эко У. Полный назад! «Горячие войны» и популизм в СМИ. – Москва, 2007
- 53.Кагарлицкий Б. Пираты Балтийского моря  
<http://www.vz.ru/columns/2009/4/28/280419.html> – *доступ від 16.05.2009*
- 54.Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура
55. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура  
[http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/05.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php) – *доступ від 15.05.2009*
- 56.Кастельс М. Интернет галактика. – Київ, 2007
- 57.Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. – Москва, 2000
- 58.Кристева Ю. Силы ужаса: Эссе об отвращении. – Санкт-Петербург, 2003
- 59.Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. – Изд-во «Владимир Даль», 2001
- 60.Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – Москва, 2003.
- 61.Назайкинский Е. Шизофония <http://dom.hi-fi.ru/doc/read.php?id=589> – *доступ від 29.05.2009*
- 62.Пепперштейн П. Гляда на водопад. Бивис и Батт-хед на MTV // Мазин В. Пепперштейн П. Толкование сновидений. – Москва, 2005

63. Сибрук Дж. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. – Москва, 2005
64. Смирнов И. Хлам текстов  
[http://simulacres.by.ru/texts/ztk/smirnov\\_hlam.htm](http://simulacres.by.ru/texts/ztk/smirnov_hlam.htm) – доступ від  
26.05.2009
65. Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. – Москва, 1996
66. Хайдеггер М. Вопрос о технике  
<http://kosilova.textdriven.com/narod/studia3/heid2.htm> – доступ від  
04.05.2009
67. Хлебников В. Радио будущего <http://hlebnikov.lit-info.ru/hlebnikov/proza/articles/radio-budushego.htm> – доступ від  
27.05.2009
68. Шенбергер Э. Аудио...(2) // Шенбергер Э. Искусство жечь порох. – Санкт-Петербург, 2007