

**Е. А. КОНОПЛЁВА**

*Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова*

## ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЗВУКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА У ДЕТЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА

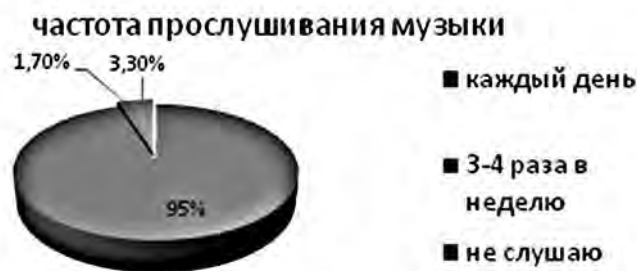


**Р**азвитие слухового сознания – важный этап личностного роста человека. То, какую музыку слушает индивид, характеризует его интеллектуальный уровень и ценностные приоритеты. Сложный процесс формирования звуковой картины мира приходится на детский и подростковый периоды. По утверждению Р. Немова, «это самый ответственный период, поскольку здесь складываются основы нравственности, формируются социальные установки, отношения к себе, к людям, к обществу... Главные мотивационные линии этого возрастного периода, связанные с активным стремлением к личностному самосовершенствованию, – это самопознание, самовыражение и самоутверждение» [4, с. 188–189]. Одним из ключевых способов самовыражения и самоутверждения становится музыкальное искусство, занятием которым имеет как активную (музи-

цирование) так и пассивную (слушание музыки) формы. Причастность к творчеству, знание музыкальных хитов, брендовых музыкальных групп, имён и биографий известных исполнителей – способ обрести не просто собеседников, но единомышленников, что очень важно для подростков.

В мире компьютерных технологий пространством такого общения и неиссякаемым источником получения аудиальной информации становится сеть Интернет. Именно она питает ещё не оформившееся слуховое сознание множеством музыкальных впечатлений, которые, откладываясь в долгосрочные кладовые детской памяти, станут эстетическими ориентирами взрослых людей. В подтверждение сказанного, приведём данные соцопроса подростков Ростова-на-Дону (60 респондентов 14–16 лет), свидетельствующих, что интерес к музыке весьма очевиден:

Диаграмма 1.



В силу этого, вопрос о том, чем питают юношескую потребность в музыкальной информации разного рода социальные сети, порталы и форумы отнюдь не праздный; это вопрос о том, будет ли общество завтрашнего дня интеллектуальным и музыкально образованным. Особая значимость Интернета в становлении детского слухового сознания предопределена свободой формата виртуального общения, что позволяет подросткам объединяться в виртуальные группы по интересам, осуществлять полноценный обмен мнениями.

В связи с этим стратегически значимым представляется анализ звукового контента, параметрами которого становятся 1) выявление и характеристика интернет-порталов, которые наиболее популярны у подростковых групп и «питают» их потребность в приобщении к музыкальному искусству; 2) количественная и качественная оценка музыкального материала, «потребляемого» из сетевых источников; 3) определение «коэффициента полезности (вреда)» воздействия доминирующих в интернет-пространстве аудиальных источников информации на слуховое сознание подростков.

Прежде чем перейти к характеристике сетевых источников, пользующихся популярностью у подростков, охарактеризуем ключевые для данной статьи понятия: социальная сеть, портал, видеохостинг, торрент.

Основой социальных сетей является хранение персональных анкет пользователей и, зачастую, их открытый доступ в сети. Социальные сети дают возможность обмена сообщениями, фото, видео и аудиоматериалами, а также создания групп по интересам.

Интернет-портал представляет собой информативный сайт с большим количеством сервисов и ссылок на сторонние ресурсы. Музыкальные порталы включают в себя аудио и видеоресурсы, форумы, голосования, а также ссылки на сторонние сайты с описанием биографии композитора или исполнителя, истории создания произведения, различные варианты исполнения произведений.

Видеохостингом называется сервис для размещения и просмотра видеопродукции различного качества. Торрентом является файлообменник между компьютерами пользователей через сеть Интернет.

Начнём с характеристики социальных сетей. Наибольшим спросом в подростковой среде пользуется сеть «ВКонтакте». Её отличает огромное количество аудио- и видеоматериалов, возможность скачать их в свой плейлист, либо послушать онлайн бесплатно. Из положительных сторон следует отметить удобный поиск, который может быть осуществлён с учётом различных параметров. Сеть предлагает не просто слушать музыку, но и выражать своё эмоциональное к ней отношение как посредством плейлистов, так и при помощи создания сообществ (групп), или присоединения к уже действующим. Одним из таких сообществ, пользующихся популярностью среди подростковой аудитории социальной сети «ВКонтакте», является группа под названием «Песни для детей и подростков»<sup>1</sup>. Её участники делятся аудиозаписями понравившихся песен популярной музыки, выкладывают свои композиции, комментируют услышанное и обмениваются впечатлениями. Аналогичным по функции и возможностям сообществом данной сети является группа «Музыка подростка [2016]»<sup>2</sup>.

Подобных объединений по музыкальным интересам в сети достаточно много. Анализ их музыкального контента показывает, что вне зависимости от стилиевой принадлежности, большая часть песен, востребованных аудиторией, посвящена лирике, главным образом – теме любви. Содержание этого огромного пласта

музыки весьма показательно для понимания процесса формирования круга интересов тинейджеров.

Помимо возможности погрузиться в сферу лирических переживаний, столь актуальных для данного возраста, музыкальный продукт, предлагаемый современными медиа (и это касается не только сети «ВКонтакте») пытается удивлять, развлекать, отвлекать, смешить. Однако наряду с лёгкими, жизнерадостными музыкальными сюжетами в популярную среди подростков музыкальную среду входят мрачная фантастика, жизнеподобная мелодрама, чёрная философия и другие тематические векторы, казалось бы, не свойственные облегченному искусству популярной музыки и подростковой субкультуре. В сети «ВКонтакте» созданы целые сообщества для прослушивания подобной «неформатной» музыки. Например, участники группы «Нестандартная и неформатная музыка» самостоятельно загружают аудио и видеоролики, которые они считают «неформатом», при этом позиционируют себя как «сообщество для тех, кому надоело то, что крутят по радио и ТВ, и кто хочет узнать о другой музыке – как новой, так и старой, но такой же малоизвестной. Впрочем, тут могут быть и известные исполнители, но их музыка должна быть достаточно нестандартной и яркой»<sup>3</sup>. Одной из последних обсуждаемых в группе тем, является творчество коллектива «Царство У». Это «...загадочный коллектив из России, чьи слоёные космические композиции звучат интересно и по-хорошему странно... Не музыка, а ракета, на которой можно улететь», – так характеризует этот коллектив один из участников группы, администратор сообщества «Bad Music FM»<sup>4</sup>.

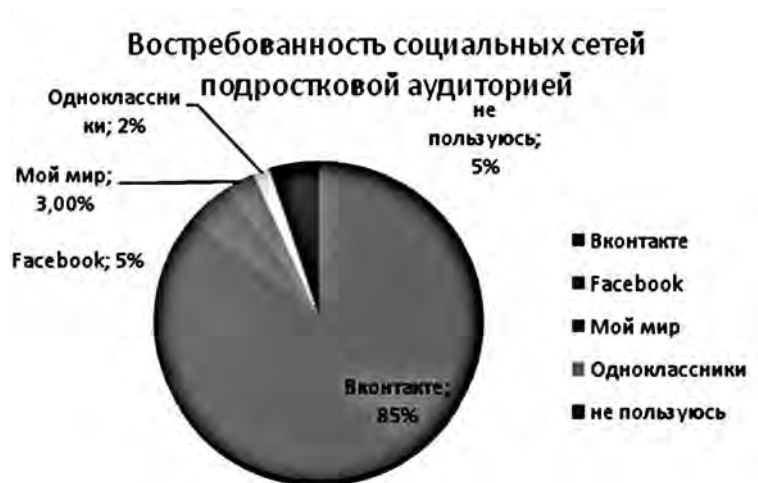
«Царство У» работает в области экспериментальной музыки. Здесь важен не словесный текст, а звуки, тембры, необычность их подачи – выкрики, завывания и пр. Клип «За 3 минуты 40 секунд до пробуждения», предложенный для обсуждения участникам сообщества, выстроен из ряда разрозненных чёрно-белых картинок, резко сменяющих друг друга, напоминая старое «немое кино». Думается, что такой стиль видеоролика выбран не случайно, а продиктован установкой на ожидания целевой аудитории (необычность) и ориентацией на особенности её восприятия, в основе которого лежит «клиповое мышление», а оценка образов происходит прежде всего посредством эмоционально-чувственного восприятия, минуя аналитическую обработку<sup>5</sup>.

Социальная сеть «ВКонтакте», рассмотренная нами, наиболее показательна с точки зрения

ния обсуждаемой темы, иные отличны лишь некоторыми особенностями. Степень востребованности социальных сетей подростками от-

ражена на следующей диаграмме, полученной вследствие проведенного социологического опроса.

Диаграмма 2.



Для слушания и скачивания музыки у подростковой аудитории особым спросом пользуются также музыкальные порталы, предлагающие бесплатные услуги: YouTube, Зайцев.нет, Музика.org, Zv.fm, Kibergrad.com, Lastfm.ru, Mp3ray.ru и другие. Многие музыкальные порталы мультимедийны по своей природе. Термин «мультимедиа» получает в научной литературе разноречивые определения [6, с. 24]; [7, с. 54]; [3, с. 5]; [5, с. 148]. Наиболее развёрнутой нам представляется характеристика А. А. Деникина, который пишет, что функциональные возможности цифровых мультимедиа «...обусловлены компьютерной техникой, а включение в структуру мультимедиа проекта/продукта/произведения видео, аудио, текстовой и графической информации сопровождается специальными программными алгоритмами для пользовательского управления этой информацией (интерактивность)» [1].

Таким образом, мультимедиа являются сферой синтеза визуальной, аудиальной, кинестетической сторон искусства. Музыкальные порталы предлагают медиапродукцию в разных вариантах: в виде сюжетных видеоклипов, фотоколлажей, графических и мультипликационных изображений и пр. Это расширяет возможности восприятия и способствует (благодаря визуальным «подсказкам») формированию своего взгляда на прослушанный музыкальный ролик. Практически все музыкальные порталы имеют свои тематические дискуссионные форумы.

Учитывая, что информационный поток, транслируемый подобными порталами способен влиять на формирование музыкальных предпочтений подростков, нельзя не отметить почти полное отсутствие в этом огромном контенте музыкальной классики в её аутентичных версиях. Более того, нередко происходит замена понятий или весьма расширенная трактовка словосочетания «классическая музыка» как синонима музыке качественной и непременно элитарной. Например, музыкальный портал *Zaycev.net* (Зайцев.нет) трактует понятие классической музыки следующим образом: «Классика – это не только старинные инструментальные композиции и творения известных маэстро прошлого, но и многие mp3 живущих ныне исполнителей. Главная отличительная черта – противопоставление поп-музыке, которая рассчитана на широкую общественность. Классика в большинстве случаев не имеет широкой аудитории. Она понятна и приятна лишь избранным»<sup>6</sup>.

Образцы классического и барочного музыкальных стилей данный портал предлагает прослушать, как правило, в современных обработках (например, И. С. Бах «Шутка»). В списке чистой классики исключительно музыкальные бестселлеры, такие как первая часть «Лунной сонаты», «К Элизе» Л. Бетховена, «Времена года» А. Вивальди, «Вальс цветов» П. И. Чайковского и др. Эти произведения предлагаются не только в оригинале, но и в современных обработках, при-

чём рейтинг последних намного выше. В отдельный блок выделены популярные композиции, которые интересны большому кругу посетителей портала. Кроме того, вся музыка разделена по жанрам и тематической направленности. Администрация портала рекламирует: «С увлекательным порталом Зайцев.нет вы сможете первыми узнать об актуальных музыкальных новинках, а также ознакомиться с текстами песен и творчеством любимых исполнителей... На страничке любой композиции отведено место для комментариев... Кроме того, есть возможность

поделиться ссылкой на любимую мелодию в любой из социальных сетей»<sup>7</sup>. Интерактивные возможности данного портала, безусловно, работают на его рейтинг.

Большим спросом у подростковой аудитории пользуются также файлообменники – торренты. Их популярность объясняется просто: это возможность не только скачать музыку бесплатно, но и получить именно то, что хочется прослушать в данный момент. Следующая диаграмма отражает рейтинг музыкальных порталов (Диаграмма 3).

Диаграмма 3.

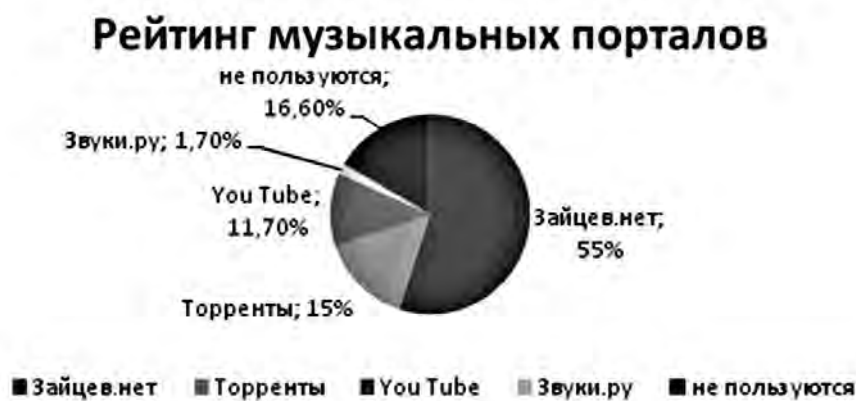


Диаграмма показывает, что не пользуются музыкальными порталами всего 16,6 % реципиентов, чему есть две причины: одна группа подростков не имеет возможности выхода в сеть Интернет; другой достаточно музыкальной информации, получаемой из сообществ социальной сети «ВКонтакте».

Следующим видом масс-медиа, транслирующей музыкальную информацию интересующей нас целевой аудитории, являются директ-медиа нередко именуемые «новыми медиа». «В век цифровых технологий, “новые медиа” – уже не медиа в традиционном понимании, – пишет А. Деникин, – ...это программные продукты с возможностью “обратной связи”, с алгоритмами взаимодействия с пользователями, с трансформируемыми структурами и интерфейсами. “Новые медиа” – уже не столько средства передачи информации, сколько индивидуальные (“подстраивающиеся” под интересы пользователя) программируемые актанты, совместно с пользователями участвующие в процессах генерации и циркуляции информации» [2].

Таким образом, директ-медиа представляют собой двусторонние коммуникативные свя-

зи создателя продукции с потребителем через рекламу. Ознакомление с подобной рекламной информацией возможно через различные средства доставки: почта, телефон, персональный компьютер с выходом в сеть Интернет и т. д.

У подростковой аудитории данный вид коммуникации пользуется огромной популярностью. Подростковая субкультура быстро модифицировала директ-медиа «под себя», связав их с особенностями своего мировосприятия и потребностей. Одна из них – самоутверждение через саморекламу, демонстрацию своих способностей и умений, результатов творческих проявлений при гарантии не быть осмеянными. Так, на портале YouTube часто можно встретить как профессиональные, так и любительские видеоролики песен и танцев с участием подростков-школьников. Портал предлагает систему «лайков», просмотров и подписок на видеоролики. Авторы сюжетов часто напоминают зрителям портала о необходимости оценки своих видео через кнопку «лайк» и сами активно их комментируют.

Особенностью данного медийного канала является то, что он «привязан» к различным социальным сетям Интернет, таким как «Twitter», «ВКонтакте», «Одноклассники», различным



форумам. Это привлекает новую аудиторию, которая располагается за пределами YouTube. Директ-медиа, наравне с социальными медиа и музыкальными порталами, пользуются огромной популярностью в подростковой среде, благодаря наличию двусторонней связи. Школьники-подростки выступают не просто потребителями музыкальной продукции, её комментаторами, но и авторами, создателями и исполнителями собственных музыкальных сочинений, предложенных на обсуждение другим пользователям. В подростковый период подобная возможность очень важна, поскольку формируемые мировоззрение, миропонимание выражаются в творческой активности, а необходимый для становления личности рост самооценки осуществляется в процессе дискуссий, посредством системы лайков и комментариев других пользователей, позитивно оценивающих предложенный «шедевр».

Таким образом, медийное поле сети Интернет активно, его музыкальный контент разнообразен и выполняет значимую социальную функцию консолидации и окультуривания подростковых возрастных групп. Современные медиа не просто отражают действительность, в которой социализируется подросток, а конструируют её образ в сознании массовой подростковой аудитории. Под воздействием медийного информационного поля формируются как жизненные стратегии и сценарии успешного поведения, так и негативные поведенческие образцы. Качество музыкального материала, его акустические, смысловые, художественные послы, обладая силой суггестии, служат толчком к формированию ценностных критериев новых поколений, аудиальной картины мира, что выводит проблему анализа этого звукового информационного потока на уровень стратегического значения.

### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Указанная группа, зарегистрированная в сети «ВКонтакте», является открытой. К ней может присоединиться любой желающий пользователь без возрастных ограничений – URL: <https://vk.com/club48046970>.

<sup>2</sup> URL: <https://vk.com/club107210889>.

<sup>3</sup> URL: <https://vk.com/club38375310>.

<sup>4</sup> Следует отметить, что сообщество «Нестандартная и неформатная музыка» сотрудничает с другими сообществами, которые рекламируют «музыкальный неформат» не только в своих аккаунтах. Одним из таких сообществ является «Bad Music FM» – URL: [https://vk.com/bad\\_sound](https://vk.com/bad_sound).

<sup>5</sup> См. об этом: Ромашина Е. Ю. Клиповое мышление: интеллектуальная катастрофа, механизм адаптации или новые возможности? // Известия Российской Академии Образования. 2014. № 1. с. 112

<sup>6</sup> Отметим, что музыкально-стилевая характеристика треков на данном портале не имеет ничего общего с научными представлениями о музыкальных стилях.

<sup>7</sup> Портал «Зайцев.нет» отличается рекламными комментариями практически ко всем своим блокам (стилям, жанрам, исполнителям, отдельным трекам и т. д. – <http://zaycev.net/>).

### ЛИТЕРАТУРА

1. Деникин А. Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям // Художественная культура. 2013. № 1 (6). URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html>.

2. Деникин А. О некоторых особенностях художественного языка современного видеоискусства // Художественная культура. 2014. № 4 (13). URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-4/yazyki/3642.html>.

3. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника: монография / под ред. Т. Е. Шехтер. СПб: Изд-во Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов, 2010. 204 с.

4. Немов Р. Психология: в 3 т. М.: Просвещение, 1995. Т. 2. Психология образования. 496 с.

5. Чернец В., Базлова Т., Иванова Э. Влияние через социальные сети / под ред. Алексеевой Е., Крыгиной Н. М.: Крокус-Медиа, 2010. 200 с.

6. Шлыкова О. Культура мультимедиа: уч. пособие. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004. 416 с.

7. Язык мультимедиа. Эволюция экрана и аудиовизуального мышления: отчет о научно-исследовательской работе. М.: ВГИК 2012. 349 с. URL: [http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/08\\_11\\_2012\\_4.pdf](http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/08_11_2012_4.pdf).

## REFERENCES

1. *Denikin A.* Mul'timedia i iskusstvo: ot mifov k realijam [Multimedia and Art: from Myths to Realities] // Hudozhestvennaja kul'tura [Art Culture]. 2013. № 1 (6). URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-3/yazyki/843.html>.
2. *Denikin A.* O nekotoryh osobennostjakh hudozhestvennogo jazyka so-vremennogo videoiskusstva [About Some Features of the Art Language of Modern Video Art] // Hudozhestvennaja kul'tura [Art Culture]. 2014. № 4 (13). URL: <http://sias.ru/publications/magazines/kultura/2014-4/yazyki/3642.html>.
3. *Iskusstvo mul'timedia. Mul'timedia i tehnika: monografija / pod red. T. E. Shehter* [The Art of Multimedia. Multimedia and Technology: Monograph / ed. T. E. Schechter]. S.-Petersburg: S.-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences Press, 2010. 204 p.
4. *Nemov R.* Psihologija: v 3 t. [Psychology. In 3 Vol.]. Moscow: Prosveshhenie Press, 1995. T. 2. Psihologija obrazovaniya [Psychology of education]. 496 p.
5. *Chernec V., Bazlova T., Ivanova Je.* Vlijanie cherez social'nye seti / pod red. Alekseevoj E., Kryginoj N. [Influence by means of Social Networks / ed. Alekseeva E., Krygina N.]. Moscow: Krokus-Media Press, 2010. 200 p.
6. *Shlykova O.* Kul'tura mul'timedia: uch. posobie [Culture of Multimedia: Textbook]. Moscow: FAIR-PRESS, 2004. 416 p.
7. *Jazyk mul'timedia. Jevoljucija jekrana i audiovizual'nogo myshlenija: otchet o nauchno-issledovatel'skoj rabote* [Evolution of Display and Audiovisual Thinking: Research Report]. Moscow: Russian State University of Cinematography named after S. Gerasimov Press, 2012. 349 p. URL: [http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/08\\_11\\_2012\\_4.pdf](http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2012/08_11_2012_4.pdf).

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ  
ЗВУКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА У ДЕТЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА

Статья посвящена анализу влияния музыкальной информации различных ресурсов сети Интернет на процесс формирования слухового сознания подростков. На основе проведённого среди школьников 14–16 лет социологического исследования, автором выявлен их большой интерес к музыкальному искусству, а также вовлечённость тинейджерских групп в процесс слушания музыки, обмена мнениями от прослушанного и, как следствие, самодеятельного творчества. Анкетирование показало, что влияние сети Интернет в подростковой среде является доминирующим. В статье осуществлён анализ наиболее востребованных информационных интернет-порталов (YouTube, Зайцев.нет), файлообменников (торрентов), социальных сетей и входящих в них сообществ, транслирующих музыкальную информацию. Указаны причины востребованности интернет коммуни-

каций в связи с популярностью, которой пользуются сетевые ресурсы в подростковой среде. В статье поднят вопрос о необходимости углублённого анализа музыкального контента, транслируемого через социальные сети и специализированные музыкальные порталы, приведён ряд характеристик содержательного их наполнения, выявлены музыкально-стилевые приоритеты. Отмечено, что сила суггестии музыкальной информации, получаемой посредством каналов сети Интернет, служит толчком к формированию ценностных критериев и шире – аудиальной картины мира у новых поколений, что выводит проблему анализа этого звукового информационного потока на уровень стратегического значения.

*Ключевые слова:* подростковый возраст, аудиальная картина мира, мультимедиа, музыкальные интернет ресурсы.

INTERNET AS A MEANS OF FORMATION OF  
THE SOUND PICTURE OF THE WORLD IN TEENAGE MIND

The article is devoted to the analysis of various Internet resources in the aspect of their music content and its influence on the process of forming of the music tastes of teenagers. On the basis of the sociological research, hold among 14–16 years old schoolchildren, the author reveals their great interest in the art of music, as well as the involvement of

teenage groups in the process of listening to music, exchanging opinions and, as a result, emergence of amateur creativity. The survey showed that the influence of the Internet in teenage environment is dominant. The article presents the analysis of the most popular Internet information portals (YouTube, Зайцев.нет), file sharing sites (torrents), social networks

and their member communities, broadcasting music information. The article indicates the reasons for the demand for Internet communications in connection with the popularity of network resources in the teenage environment. The author raises the question of in-depth analysis of music content, broadcast by means of social networks and specialized musical portals. The article also gives a number of characteristics of their content. The author reveals musical and style

priorities and notes that the power of the suggestion of musical information (received through the Internet channels) serves as an impetus to the formation of value criteria and a wider sound picture of the world for new generations. This brings the problem of analyzing this sound information flow to the level of strategic importance.

*Keywords:* teenager, sound picture of the world, multimedia, musical Internet resources.

**Коноплёва Елена Анатольевна**

преподаватель Ростовского колледжа искусств

*Россия, 344002, Ростов-на-Дону*

*e-mail: konopleva-e.a@mail.ru*

**Elena A. Konopleva**

teacher at the Rostov College of Arts

*Russia, 344002, Rostov-on-Don*

*e-mail: konopleva-e.a@mail.ru*

