

УДК 070.1

doi 10.17072/2037-6681-2018-1-104-116

МУЗЫКАЛЬНЫЕ МЕДИА В СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО МНОГООБРАЗИЯ

Павел Вячеславович Катаев

аспирант кафедры журналистики и массовых коммуникаций

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Россия, г. Пермь, ул. Букирева, 15. pavelkataevmsu@gmail.com

SPIN-код: 4616-4943

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4295-9944>

ResearcherID: A-1656-2018

Статья поступила в редакцию 28.12.2017

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Катаев П. В. Музыкальные медиа в сетевом обществе: возможности и вызовы функционального многообразия // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10, вып. 1. С. 104–116. doi 10.17072/2037-6681-2018-1-104-116

Please cite this article in English as:

Kataev P. V. Muzykal'nye media v setevom obshchestve: vozmozhnosti i vyzovy funktsional'nogo mnogoobraziya [Music Internet Media in Network Society: Opportunities and Challenges of Functional Diversity]. *Vestnik Permskogo universiteta. Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [Perm University Herald. Russian and Foreign Philology], 2018, vol. 10, issue 1, pp. 104–116. doi 10.17072/2037-6681-2018-1-104-116 (In Russ.)

Статья посвящена проблеме упорядочения функционального многообразия музыкальных интернет-медиа на базе концепции сетевого общества и в контексте кардинальных изменений, произошедших в последние годы в мировой музыкальной индустрии. Автор обращается к фундаментальным исследованиям, в частности, работам В. Беньямина, М. Кастельса, М. Маклюэна, а также актуальным журналистским публикациям соответствующей тематики. Эти материалы послужили основой для формирования его собственного варианта классификации музыкальных интернет-медиа с учетом их коммуникативного функционала, а также выявления возникающих в связи с этим новых научных проблем. Среди них – оценка эффективности ресурса, риски манипулирования восприятием целевой аудитории, выработка подходов к содержательному анализу музыкальных медиа.

В качестве основного критерия классификации выбран коммуникативный функционал ресурса в условиях глобальной сети, а в качестве базовых типов выделены сайт-представительство, сервис, социальная сеть, СМИ, онлайн-энциклопедия. Дана краткая характеристика журнала «Pitchfork» как примера успешного проекта в сфере СМИ.

Современные средства массовой коммуникации, работающие с аудиопроизведениями, а также со связанным с ними текстовым и визуальным контентом, проанализированы с позиции сетевой коммуникации и «экономики стриминга». Контакты между субъектами индустрии, в том числе слушателями, становятся диверсифицированными, интерактивными, гибкими, информационно насыщенными. Автор обозначает возможности и вызовы, обусловленные этими изменениями, а именно таргетированное предложение контента и угрозу манипулятивного воздействия.

В целом научный и практический интерес, по мнению автора, представляют процессы, связанные с работой ресурсов конкретных видов. Подчеркивается необходимость изучения музыкальной журналистики с учетом ее активной интеграции со смежными областями массовой коммуникации.

Ключевые слова: интернет-медиа; сетевое общество; музыкальная индустрия; экономика стриминга; журналистика.

MUSIC INTERNET MEDIA IN NETWORK SOCIETY: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES OF FUNCTIONAL DIVERSITY

Pavel V. Kataev

**Postgraduate Student in the Department of Journalism and Mass Communication
Perm State University**

15, Bukireva st., Perm, 614990, Russian Federation. pavelkataevmsu@gmail.com

SPIN-code: 4616-4943

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4295-9944>

ResearcherID: A-1656-2018

Submitted 28.12.2017

The article is devoted to the systematization of various music Internet media on the basis of the concept of Network society in the context of the dramatic changes the world music industry has been exposed to in recent years. The author refers to fundamental researches, particularly those by V. Benjamin, M. Castells, M. McLuhan, as well as to current journalistic publications on the given subject. By using these materials, the author suggests his own version of the music Internet media classification based on the criterion of their communicative functions, and identifies some new scientific problems arising in this regard. These questions include assessment of a resource's effectiveness, risks of manipulation that threaten audience's perception, working out approaches to content analysis of music media.

A communicative potential that a resource can realize on the Web is chosen as the main criterion for the classification; a representative site, service, social media, press (mass media) and online encyclopedia are the basic types in the classification. A brief analytical description of the *Pitchfork* magazine as of a successful media project is given. Some general effects, such as combination of text and multimedia content with inclusion of offline activities, are considered by the example of *Pitchfork*.

Contemporary mass media that present audio compositions as well as appropriate text and visual content have been analyzed in the aspects of web communications and 'streaming economy'. Contacts between actors in the industry, including listeners, are getting diverse, interactive, flexible and saturated with data. The author notes some opportunities and challenges which are triggered by these changes, e. g. targeting in content supply and risks of manipulations.

On the whole, processes exposed in particular resources are of scientific and practical interest. The paper emphasizes the necessity of researches on music journalism taking into account its intensive integration with adjacent areas of mass communication. Moreover, the mythologization of artists' images is noted as one of the most promising subjects for further analysis.

Key words: Internet media; network society; music industry; streaming economy; journalism.