



Ксенія ІНЗЕР
магістрантка спеціальності «Журналістика»
Науковий керівник – **Наталія ДАЩЕНКО**
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

УДК 070:78

СТАН МУЗИЧНОЇ РОК-ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ І СВІТІ

У статті досліджується стан сучасної журналістики із рок-контентом. Розглядаються зарубіжні й українські ЗМІ, які окреслюють і висвітлюють події у рок-музиці. Проаналізовано проблеми, які постають перед журналістами, що створюють рок-контент для різних медіа.

Ключові слова: рок-музика, рок-сцена, рок-контент, кліп, подкаст.

Вступ. Музика завжди відігравала провідну роль у формуванні світогляду людини. Спочатку це були фольклорні мотиви, на кшталт пісень трубадурів чи кобзарів. Звісно, не обійшлося без народних пісень. Потім почали з'являтися мінезінгери й інші музикальні митці Середньовіччя. Епоха Відродження і Новий час стали ґрунтом для появи класичної музики, яка остаточно сформувалася в ХІХ ст. А потім почалося ХХ сторіччя зі своїм джазом, рок-н-ролом, диско.

Людину завжди оточувала музика. Більше того, вона допомагала змінювати хід історії. Згадаймо про джаз, який дав поштовх для зміни ставлення до чорношкірого населення. Також показово є поява панк-року у Великій Британії. Відомо, що на той час пісні були політичними, наприклад, всесвітньо відома композиція Sex Pistols «Anarchy in UK» або менш відома, але також із політичним відтінком «London's Burning» гурту The Clash [8].

Спільною ланкою, що об'єднувала музику і суспільство, була журналістика. Звичайно, не у всі часи вона відігравала таку роль, яка відведена їй зараз. Але як тільки почала розвиватися музична галузь, як тільки почали з'являтися нові жанри (особливо рок-спрямування), журналістика першою реагувала на ці події. Поява музичних журналів, перші рок-станції, які вели мовлення з кораблів, що виходили у море, культурні музичні канали, що транслювали концерти...

Хоч Україна довгий час була частиною СРСР, проте у ній також відбувалися рок-події. Нещодавно до мережі потрапив документальний фільм про київську рок-сцену 1986-1995 рр. «Дайте звук, будь ласка!» З нього можна дізнатися про те, хто саме стояв біля джерел української рок-музики, як саме вона формувалася, через які труднощі пройшла. У фільмі показано фотографії газет, що писали на той час про музику, а також йдеться про журнал «Гучномовець», який був рупором українського року наприкінці ХХ ст. Але, як й інші журналістські видання про рок-музику, він був самвидавним [5].

Розуміємо, що для того часу писати про рок-музику було важко і навіть небезпечно. Політична верхівка слідкувала за тим, чим живе молодь. Якщо вона б дізналася про політичний контекст пісень, авторам загрожувала або депортація, або тюремний строк. Залізна завіса впала. Україна стала незалежною державою. Здавалося, музична рок-сцена мала б розширитися, а разом із нею і музична журналістика. У якомусь сенсі

так і сталося. Та це більше стосується розвитку «естрадної журналістики». У газетах, журналах, на радіо і телебаченні можна було почути про життя поп-зірок. Якщо і з'являлася інформація про рок-гурти, їх музику чи кліпи, то це не мало такого впливу, як естрада.

Хоча треба наголосити, що саме після розпаду СРСР українська рок-сцена дуже вросла. З'явилися такі гурти, як «Океан Ельзи», «Скрябін», «Юркеш», «Димна Суміш». Популярності набували пісні гуртів, які з'явилися у 80-х роках: «Воплі Відоплясова», «Брати Гадюкіни», «The Вйо», «Кому вниз» і б. ін. Але як і раніше, розвиток рок-музики хвилював невелике коло журналістів, діяльність яких була досить обмеженою [2].

Вивченням проблем музичної журналістики і критики займалося не так багато вітчизняних науковців. Серед них значне місце посідають праці О. Зінкевич, Л. Мельник, В. Москаленко. Але вони майже не торкалися проблем, пов'язаних із музичною рок-журналістикою.

Саме тому **мета** цієї статті – висвітлити сутність рок-журналістики, окреслити її основні проблеми, відобразити і порівняти функціонування зарубіжних й українських засобів масової інформації, які висвітлюють події рок-сцени. Для досягнення поставленої мета необхідно виконати такі **завдання**: розкрити сутність журналістики із рок-контентом; простежити специфіку функціонування спеціалізованих друкованих ЗМІ, радіостанцій, телеканалів і онлайн-видань; розглянути і проаналізувати стан українських рок-ЗМІ; порівняти онлайн-засоби масової інформації України з британськими й американськими інтернет-виданнями; окреслити основні завдання, які стоять перед журналістами, що створюють матеріали про рок-музику.

Методи дослідження. Основні критерії, проблеми і завдання окреслюються за допомогою методів спостереження, аналізу, синтезу й опису. Також у статті використаний історичний метод, щоб простежити історію становлення зарубіжної й української журналістики із рок-контентом.

Виклад основного матеріалу. На межі ХХ-ХХІ ст. багато чого змінилося. Глобалізація, поява Інтернету, нові технології дозволяють не тільки писати про рок-музику, але транслювати її наживо, робити цікаві репортажі, домовлятися про інтерв'ю з зірками. Крім того, увесь зібраний контент можна розмістити онлайн, де з ним швидко ознайомляться.

У Великобританії, Німеччині, США зацікавленість рок-музикою надзвичайно висока, журналістика там постійно взаємодіє з виконавцями, музичними лейблами, кліпмейкерами та іншими спеціалістами, котрі пов'язані з рок-сценою [6]. Прикладом можуть слугувати журнали *Rolling Stone*, *Kerrang!*, *Alternative Press*. І це тільки невелика кількість. Можна просто відкрити сторінку на Wikipedia «List of music magazines» і побачити, наскільки багато музичних журналів, що пишуть про рок-музику. Те ж саме стосується радіо і телебачення. Сьогодні існує велика кількість програм і каналів, котрі висвітлюють події рок-сцени. Відомий усім *MTV* має окремий канал – *MTV-Rocks*, що має свої аналоги у різних країнах світу. І не можна не зачепити питання щодо музичних онлайн-видань. Вище перелічені журнали обов'язково мають свій сайт, який функціонує окремо від друкованого видання. Кожний любитель рок-музики може зайти на них і знайти там майже все: огляд на реліз нового альбому гурту, представлення відео-кліпів, репортажі з рок-фестивалів, інтерв'ю з членами рок-гуртів. І при цьому онлайн-видання не тільки користуються великою популярністю, але й прибуткові.

Ознайомлення з сайтами *Kerrang!* чи *Alternative Press* показує, наскільки тісно вони пов'язані з сучасною культурою. Посилання на соціальні мережі, велика кількість музичного контенту, навіть кольорова гама дозволяє з головою зануритися у рок-середовище. Окрім того, що онлайн-видання подають текстову і візуальну інформацію, також вони мають свої радіостанції. Це говорить про те, що такі сайти є не тільки чудовим середовищем для ознайомлення з рок-музикою, а й прикладом

сучасної журналістики. Кросмедійність, що зараз на часі, стає головною рисою музичних сайтів.

Треба сказати і про те, як саме популяризує себе те чи інше іноземне онлайн-рок-видання. Вони чудово взаємодіють зі своєю аудиторією за допомогою соціальних мереж. Більше за все журналісти використовують *Twitter* і *Facebook*. Перша соціальна мережа надзвичайно корисна, коли потрібно швидко сповістити про вихід нового альбому рок-гурту, кліпу, пісні, про великий рок-фестиваль. Текстові трансляції у реальному часі привертають велику увагу користувачів *Twitter*. Коли журналіст робить свій тві-репортаж, то одразу отримує фідбек (реакцію аудиторії) [6]. Тобто таким чином журналістика стає тим, чим вона має бути, – сполучною ланкою між подією і суспільством. Щодо *Facebook*, то він використовується також для подання новин, репортажів, інтерв'ю, але, на відміну від *Twitter*, у *Facebook* поширюють великі журналістські твори. Це може бути рецензія на альбом, декілька інтерв'ю, добірка цікавих фактів про рок-сцену.

Онлайн-рок-видання слідкують за якістю подачі матеріалів. Якщо це фотографії чи відеоогляди, то вони обов'язково зроблені спеціальною технікою, а не за допомогою мобільного телефону. Коли мова йде про текстовий контент, то він поданий таким чином, щоб людина, по-перше, могла чітко й ясно зрозуміти, про що йде мова, а по-друге, зануритися у рок-середовище. Обов'язково є посилання на джерело, пояснення термінів, доповнення ілюстраціями і відео.

Особливої уваги заслуговують подкасти. Зараз у багатьох журналістів склалася думка, ніби подкасти віджили своє і зовсім не несуть у собі корисної інформації. На прикладі зарубіжної журналістики ми бачимо, що, навпаки, подкаст – це джерело фактів й аргументів, можливість представити альтернативні думки за допомогою аудіо, а також невід'ємна частина кросмедійної журналістики. Саме тому на сайтах онлайн-видань про рок-музику розділ з подкастами є обов'язково. У них розглядаються різні питання – від концертів, пісень і кліпів до подій в особистому житті рок-музикантів. Навіть якщо людина пропустить час трансляції розмови, то зможе скористатися подкастом і надолужити втрачене.

Ще однією особливістю музичних онлайн-видань є те, що вони мають власний інтернет-магазин рок-атрибутики. Одяг з емблемами рок-гуртів, компакт-диски, аксесуари – все це можна замовити, не виходячи із дому. Знову ж таки бачимо, що рок-музика є прибутковою, а відбувається це не без допомоги журналіста.

Зовсім протилежна картина з музичною журналістикою із рок-контентом в Україні. На жаль, у нашій країні вона не те що не розвинена, а знаходиться на досить низькому рівні. По-перше, на ринку друкованої преси немає окремого видання, повністю присвяченого музичній рок-індустрії. Олександр Москалець у статті «Музична критика: гримаси жанру» підкреслює, що надуманою проблемою, що найчастіше гальмує розвиток музичної журналістики в сучасній пресі, є ризик заглибитися у спеціальну термінологію. Нагадування про всілякі «дієзи та бемолі» за умовчанням вважаються неприпустимими, оскільки вони нібито мало зрозумілі читачеві. Тим більше сьогоденському читачеві, схильному шукати переважно «розважальний» зміст у будь-якому тексті, що його продукують засоби масової інформації [4].

У 2013 р. власними силами і коштами почали видавати журнал «*Крок у рок*», але за відсутністю фінансування друк довелося припинити. Зараз видання функціонує в онлайн режимі, а більше переглядів має на сторінці соціальної мережі *Vkontakte*. Нещодавно з'явилося друковане рок-видання «*Distortion*». Воно позиціонує себе як інтерактивний журнал про музику і мистецтво. У виданні друкуються інтерв'ю з легендарними рок-музикантами і виконавцями-початківцями, з діячами кіно та театру, статті про музику, художників і кіно, фотографії з концертів. Журнал виходить друком нерегулярно. Приблизно тричі на рік. Але активно функціонує й оновлюється офіційний сайт видання. Говорячи про журналістські матеріали рок-сцени, головний редактор російської версії журналу «*Rolling Stone*» Олександр Кондуков в інтерв'ю

журналістові сайту Look At Me озвучив думку, що зараз люди, що готові осмислювати контент серйозного рівня, не готові платити за переосмислений кимось продукт [3].

В Україні рок-контенту на радіо і телебаченні також небагато. Винятком є радіостанція «Roks» і телеканал «A-One». Але назвати їх існування безхмарним ні у якому разі не можна. Наприклад, «A-One» був заснований у 2011 р. й отримав звання телеканалу культурного супротиву. Та на жаль, у сучасних умовах йому доводиться терпіти великі труднощі. Змінився формат мовлення, з'явилися довгі рекламні ролики на кшталт «Магазину на дивані». Навіть на сайт зайти не завжди вдається: або він зовсім не завантажується, або користувача «викидає» з нього. Сторінка на *Facebook* зараз відсутня, а у *Vkontakte* майже неактивна.

У музичній радіостанції «Roks» справи набагато кращі. Більшу частину ефіру заповнює рок і хеві-метал 80-х років. Також на радіостанції є декілька програм. З них можна виокремити «Камтугеза», авторами якого є Сергій Кузін і Соня Сотник. Саме це шоу є на даний момент одним із найпопулярніших в Україні. Окрім цієї програми, також в ефірі можна почути «Рок-вікенд», «Рок-концерт» та «Рок-цитата». Щогодини виходить блок новин.

В інтернет-середовищі картина, звичайно, краща. Існує декілька онлайн-видань, що зосереджують свою увагу на рок-музиці, але їх небагато, і вони не мають великого впливу на аудиторію. З них можна виділити *Rock-Ua*, *Another World*, *Ukrainian Gothic Portal*. Усі видання знаходяться на рівні самвидаву. Тобто продовжують розвиватися тільки завдяки журналістам, які готові висвітлювати події музичної рок-сцени.

Мабуть, найякіснішим і більш-менш відомим українським онлайн-виданням на даний час є *Comma*. Він позиціонує себе як музичний онлайн-журнал. Як зазначено на самому сайті, під цією назвою зібралися люди, що мають досвід у медіа, музиці і діджитал [6]. Спеціалісти об'єдналися для того, щоби створити онлайн-видання, яке мало б свій дух та характер. Про контент сайту можна впевнено сказати, що він не гірший за той, що подають в американських чи британських онлайн-виданнях. На головній сторінці представлені рубрики «ArtSpace», «CityWall», «Industrial», «Blogs», «Made in Ukraine», в яких подаються журналістські матеріали: фоторепортажі, інтерв'ю із зірками музичної сцени, рецензії й огляди на нові пісні та кліпи, репортажі з концертів, новинні замітки. Все, що характерне для сучасного онлайн-видання, присутнє на сайті *Comma*. Окрім того, великою перевагою є зручна навігація, взаємодія з соціальними мережами, окремі рубрики про кіно і мистецтво. Звичайно, останнє робить онлайн-видання вже не стільки музичним, скільки загальнокультурним.

Відзначимо деякі мінуси сайту *Comma*. На відміну від американського *Alternative Press* чи британського *Kerrang!*, в онлайн-виданні майже не знайти інформації щодо альтернативної сцени, зокрема молоді української. Але цей недолік не так стосується роботи журналістів, як сучасного українського слухача. У нашій країні звикли підтримувати увагою і грошима більш відомі гурти. Наприклад, «Океан Ельзи», «Бумбокс» або «O'Torvald». Наступним мінусом для поціновувачів рок-культури є висвітлення теми поп-сцени. В онлайн-виданні можна побачити інформацію про представників української естради чи електронної музики. Але якщо останню можна віднести до альтернативної музики, то «попса» навряд чи буде до вподоби любителям рок-музики.

Сьогодні в Україні відбувається велика кількість концертів і фестивалів. Про це повідомляється на сайті *Comm'u*. Та доволі рідко можна зустріти журналістський матеріал на кшталт репортажу. Тільки деякі події стають джерелом створення журналістського матеріалу. Якщо порівнювати з американськими і британськими онлайн-виданнями, які достатньо часто і широко висвітлюють такі події, *Comma* все ж таки менше торкається теми концертних / фестивалівних виступів. (До речі, якщо вже йде мова про фестивалі і концерти, то в українському середовищі *Twitter* не побачити репортажу у реальному часі. Якщо трапляється щось подібне, то зазвичай автором є звичайний користувач, а не професійний журналіст.) Та треба знову наголосити: провина за це ні в якому разі не лежить на журналістах онлайн-видання *Comma* чи будь-якого

іншого музичного чи культурного інтернет-журналу. Це говорить про те, що онлайн-ЗМІ не мають достатньо коштів, щоби створювати різнобічний якісний контент. Окрім того, увага пересічного українського меломана зосереджена більше на подіях, які стосуються поп-музики.

Загалом простежується тенденція створення окремих сторінок у соціальних мережах, які набагато частіше та активніше оновлюють інформацію про рок-музику і подають її таким чином, щоб це було цікаво людям, які приєдналися до співтовариства. Андрій Міхеєв у статті «Нові завдання сучасної музичної журналістики» пише: «Люди, незадоволені роботою інформаційних сайтів, утворюють ком'юніті і починають самі створювати і розміщувати в інтернеті власну інформацію – з їх точки зору, більш цікаву, ніж є наразі у мережі. За кордоном подібні блоги часто створені не професійними журналістами, а просто любителями своєї справи. І там подібні ресурси, також, до речі, засновані на горизонтальній комунікації, швидко завоювали популярність» [1]. Це ж саме стосується й України. У *Twitter, Facebook, Vkontakte, Instagram* можна знайти чимало сторінок і людей, котрі постійно висвітлюють події, пов'язані з рок-музикою, а також активно ведуть свої ком'юніті [6].

Відомо, що людина, котра надає перевагу рок чи джаз-музиці, більше здатна до рефлексування, співставлення загального і приватного, частіше має закінчену вищу освіту. Про це пишуть наукові видання. В Единбурзі вчені з університету Heriot Watt на чолі з головою кафедри прикладної психології Адріаном Нортон вирішили перевірити зв'язок інтелекту людини з її музичними уподобаннями. «Один з фактів, який здивував нас найбільше, – це те, що шанувальники класичної музики і важкого року дуже схожі. У суспільстві побутує стереотип шанувальника важкого року як людини, що знаходиться у глибокій депресії зі схильністю до суїциду; прийнято вважати, що рокери – небезпечні елементи суспільства. Насправді, вони нешкідливі і навіть корисні для соціуму у цілому. Це дуже тонкі натури» [7]. Отже, напрошується висновок, що пересічний український слухач не хоче витратити свій час на опанування більш інтелектуальної музики. Він обере легку музику, яка не стане навантажувати його мозок. Те ж саме стосується й журналістських матеріалів. Перевага буде надаватися тим, що окреслюють теми, пов'язані з українською естрадою, а не з рок-музикою. Звідси і проблеми сучасних спеціалізованих українських медіа.

Виправити таку ситуацію може тільки всеосяжне висвітлення рок-музики і рок-культури загалом у всіх засобах масової інформації, а також належне фінансування. Найкращий приклад – Всеукраїнський відбір на Євробачення-2016. Український глядач для себе відкрив таких талановитих виконавців рок-пісень, як The Hardkiss, Sun-Say, Pur:Pur, Brunettes Shoot Blondes. Причому вони отримали більше схвальних відгуків, ніж ті гурти і виконавці, які є представниками так званої «попси». Про що все це говорить? А про те, що Україні не вистачає якісного журналістського медіа про рок-події. На таке музичне середовище потрібно виділяти більше часу й уваги. Сучасна українська музична журналістика із рок-контентом знаходиться на зародковому рівні. Так, вона існує, але, як і молода альтернативна сцена, перебуває в андеграунді.

Висновки. Якщо ЗМІ частіше б писали, розповідали про рок-музику, показували її події, можливо, вона б стала національним надбанням. Україні вже давно треба перестати ховатися за народними мотивами, селищним уявленням про музику, переконанням, що всі рок-музиканти – це люди зі шкідливими звичками. Нашій країні потрібна якісна рок-музика, яка, по-перше, підняла б авторитет в очах інших країн, а по-друге, почала наповнювати бюджет. Без української журналістики це майже неможливо. Журналіст має обов'язки і повинен виконувати свої основні функції: інформувати, формувати громадську думку, просвіщати, виховувати. По суті рок-музика – це сирий матеріал, з яким можна зробити багато журналістського матеріалу. Прищепити любов до рок-мистецтва важко, але можливо. Достатньо скористатися досвідом зарубіжних колег, детальніше ознайомитися зі специфікою функціонування спеціалізованих музичних ЗМІ Великобританії чи Сполучених Штатів Америки та працювати над

популяризацією рок-музики з представниками різних рок-жанрів. Майданчиком для цього можуть стати і друковані видання, і радіо, і телебачення, й інтернет-платформи. Головне знайти талановитих і зацікавлених журналістів, які не бояться працювати з новими медіа і готові повністю віддатися своїй справі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Міхеєв А. Нові завдання сучасної музичної журналістики [Електронний ресурс] / А. Міхеєв // «Медіаскоп»: електронний науковий журнал [Москва: МДУ ім. М. Ломоносова, 2011]. – Режим доступу: <http://mediascop.ru/?q=node/918>.
2. Євтушенко О. Обличчя музики: Творчі портрети українських зірок / О. Євтушенко. – Тернопіль: Джура. – 2006. – 272 с.
3. Сколков О. Кому потрібна музична преса? Інтерв'ю з Олександром Кондуковим [Електронний ресурс] / О. Сколков // Look At Me [М., 2010]. – Режим доступу: <http://www.lookatme.ru/flow/posts/music-radar/103109-media>.
4. Москалець О. Музична критика: гримаси жанру [Електронний ресурс] / О. Москалець // Дзеркало тижня [К., 2004]. — Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/CULTURE/muzichna_kritika_grimasi_zhanru.html.
5. Єжова Т. Дайте звук, будь ласка! Частина 1 [документальний фільм] // YouTube [27 квітня 2016 р.]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=6M2XYAof5Iw>.
6. Ayto J. Oxford dictionary of slang / John Ayto. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – 480 p.
7. North A. C. Lifestyle correlates of musical preference. 1. Relationships, living arrangements, beliefs and crime / A. C. North, D. J. Hargreaves // Psychology of Music. – 35 (1). – 2007. – P. 58-87.
8. Scaruffi P. History of Rock Music 1951-2000 / Piero Scaruffi. – Lincoln, NE: Universe, Inc., 2003. – 553 p.

Ксения Инзер

Современное состояние журналистики с рок-контентом в Украине и мире

В статье исследуется состояние современной журналистики с рок-контентом. Рассматриваются зарубежные и украинские средства массовой информации, которые очерчивают и освещают события в рок-музыке. Анализируются проблемы, которые возникают перед журналистами, которые создают рок-контент для разных медиа.

Ключевые слова: рок-музыка, рок-сцена, рок-контент, клип, подкаст.

Kseniia Inzer

The Modern State of Journalism With Rock-content in Ukraine and in the World

The state of modern journalism with rock-content is studied in the article. Foreign and Ukrainian Mass Media Organizations describing and publicizing the events in the rock music are examined. It is also analyzed the problems, which face the journalists, who make the rock-content for the different media.

Keywords: rock music, rock scene, rock content, video, podcast.