

УДК 78.03
ББК 85.13(0)

В. В. Трещев

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПРОДУКЦИИ В МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Восприятие музыки в современную эпоху тесно связано с работой музыкальной индустрии. В статье осуществляется опыт систематизации основных форм продукции этой индустрии через категории «концерт», «сингл», «альбом». Выделяются уникальные черты каждой формы, обуславливающие определенную стратегию восприятия. Проводится компаративный анализ, рассматриваются вопросы взаимопроникновения форм друг в друга и конкуренции между формами в свете динамики материальных носителей записанной музыки.

Музыкальная индустрия, порожденная массовой культурой XX столетия, превратила музыку в неотъемлемую часть повседневной жизни людей. Редкий носитель современной культуры откажется от роли человека слушающего. Вездесущий слушатель поддерживает существование великого разнообразия музыкальных стилей и традиций: от «золотого фонда» симфонической классики до «молчащих» пьес Джона Кейджа, от привязчивого поп-шлягера до японского харш-нойза. Самые радикальные и экспериментальные направления способствуют суб- или контркультурной консолидации. Музыкальное искусство в таком проявлении уже нельзя назвать элитарным самовыражением одиночек – достаточно погрузиться в соответствующую среду слушателей, чтобы обнаружить, как велико число таких «одиночек» в мире. Иными словами, вся музыка давно стала массовой, в большей или меньшей степени. На смену оппозиции «массовое – элитарное» приходят новые категории.

Численный состав публики, представленность музыкальных произведений в средствах массовой информации позволяют выделить музыку широкой и узкой аудитории¹. Максимум внимания к широкоаудиторной музыке делает ее «универсальной в использовании», прослушивание и понимание узкоаудиторной музыки доступны «ограниченным кругам ценителей и „фанатов”». «Узко- и широкоаудиторная музыка историчес-

ки привязаны друг к другу, являясь друг для друга контекстами». Единство этих контекстов стало одним из принципов функционирования музыкального рынка.

Тема соотношения музыки и рынка начала привлекать внимание ученых уже в середине XX в., особую популярность она приобретает в немецкой музыкальной социологии 1950–1970-х гг. Например, Х. Кауфман заостряет внимание на прикладной сфере использования музыки. Ценность музыкального произведения определяется рынком, основанным на отношениях «композитор – заказчик». Так называемое автономное произведение пока не имеет потребительской стоимости и стремится стать самой стоимостью². Последователь Т. Адорно В. М. Штро переносит в музыкальную среду марксистские категории базиса, надстройки и производственных отношений. Согласно его позиции, музыка является товаром, фетишем в глобальном смысле, превышающим рамки собственно рынка пластинок³. В конце 1980-х гг. французский экономист Ж. Атали именуется XX столетие «эрой повторений», так как под влиянием массмедиа и звукозаписывающей индустрии происходит постоянное воспроизводство музыки; человек вынужден работать для покупки записей, времени на прослушивание которых ему не всегда хватает⁴.

Музыкальная индустрия стремится контролировать любое прослушивание музыки и делает это не только через рынок. Даже если слушатель избежал непосредственного акта потребления (например, не покупал музыкальный диск, а воспользовался фонотекой товарища для перезаписи), он попадает под действие определенных культурных штампов и стратегий поведения, определяемых музыкальной индустрией. Его восприятие музыки и в этом случае остается целенаправленным, в отличие от восприятия случайного характера, например, при фоновом режиме прослушивания радио. С точки зрения некоторых исследователей, домашняя перезапись вообще является свидетельством перехода на качественно новый уровень отношения с индустрией. «Переставая быть клиентом для производителей музыки, индивидуум не перестает быть потребителем музыкального продукта, напротив, от „пассивного потребления” переходит к „активному потреблению”»⁵. Именно такой целенаправленный слушатель будет интересовать нас в дальнейшем.

В социальной практике множество вариантов действий слушающего музыку, обусловленных его музыкальным вкусом, финансовым положением, возрастными и другими индивидуально-личностными особенностями, сводится к лимитированному ряду целей-ориентиров, выполняющих формообразующую функцию производственной деятельности музыкальной индустрии. Каждая форма оправдывает определенные ожидания слушателя и в свою очередь ожидает от последнего выполнения определенной последовательности действий⁶. На данном этапе в качестве основных форм продукции музыкальной индустрии в мировой практике выделяются *концерт*, *сингл* и *альбом*. Индустрия стремится к их комплексному функционированию, настаивает на взаимодополняющем характере их отношений друг с другом. Однако право выбора всегда остается за человеком – возможность использования всего комплекса не отменяет ориентации на что-то одно. Следовательно, в аналитических

целях каждая форма может быть рассмотрена в отдельности как стремящаяся к обособлению и доминированию над другими формами.

Из приведенного ряда несколько выпадает *концерт* в силу своей непринадлежности к результатам прогресса звукозаписи. Радикальные отличия между концертом, с одной стороны, и синглом и альбомом – с другой, вполне сводимы к оппозиции «живое исполнение – запись», получившей достаточное освещение в научной литературе. Так, А. Н. Сохор, разделяя слушателей на публику концертно-театрального события и публику аудиовизуального события, подчеркивает непосредственный характер музыкальной коммуникации (с исполнителем) на концерте⁷. В этом случае сингл и альбом выступают примерами опосредованной музыкальной коммуникации. К. Брее и Й. Бонтинк разграничивают концерт и запись как естественный и искусственный каналы (пути) музыкальной коммуникации. Ю. Капустин – как контактную и дистантную форму художественного общения⁸. Немецкий социолог К. Блаукопф также делает акцент на дистанционном факторе: живая музыка рождается близко от слушателя, но «является как бы издали», несет в себе «переживание трансцендентного». Записанная («техническая») музыка рождена вдали, вне слушателя, но становится для него «доверительно-близкой», «повседневным фоном»⁹. Согласно пространственно-временному критерию и критерию уникальности, концерт происходит *здесь и сейчас* (и больше никогда), он ограничен и пространством, и временем. Запись при наличии соответствующей аппаратуры готова к воспроизведению *всегда и везде* (и бесконечное количество раз), сохранив временную ограниченность, она обладает пространственной открытостью. Концерт обеспечивает возможность *соучастия*, отношения к музыке как к процессу, запись – как к вещи¹⁰. Подобный сущностный статус концерта определяет следующую стратегию: слушатель готов поехать на концерт в другой город, испытывать не всегда безопасное давление громкого звука на свой организм, старается не опоздать к началу, несмотря на поздний час, менее предрасположен к тому, чтобы покинуть концерт до его окончания (чем остановить на середине ту же запись). Иными словами, индивид сознательно ущемляет свою свободу действия и отдает себя в распоряжение афиши.

Сингл и альбом выступают крайними полюсами разнообразных форм тиражирования музыки записанной. Они предлагают слушателю вещно-временные варианты закреплённости музыки, обладающие формально схожими чертами (последовательный набор музыкальных номеров (треков) одного исполнителя, объединённых названием и обложкой). Но это только на первый поверхностный взгляд. Функциональные особенности выделенных структурных компонентов обеспечивают альбому и синглу статус самобытных форм. *Сингл*¹¹ состоит из одной-двух композиций, если это собственно сингл, и трех-четырех – если макси-сингл¹². Название и обложка в большинстве случаев носят номинальный характер: в двупесенных синглах название совпадает с трек-листом, отсутствует специальное оформление¹³. В трек-листе первая позиция отведена заглавному треку.

Альбом представляет собой полноценную программу¹⁴, созданную исполнителем в течение длительного временного отрезка (от нескольких месяцев до нескольких лет). Трек-лист не просто фиксирует заранее обус-

ловленный порядок песен, а стремится к созданию определенного настроения, регулирует смену эмоциональных состояний слушающего. И название, и оформление альбома специально продумываются. В основе бытования сингла лежит концепт песни как самостоятельно бытующего артефакта, максимально отчужденного от своего создателя, акцент делается на единичный результат творчества (группа, написавшая *песню*). Альбом тяготеет к концепту комплексного произведения искусства, которое нельзя воспринимать без отсылки к субъекту творческой деятельности (группа, создавшая *альбом*).

В мировой практике отбора музыкального материала для тиражирования сингл выступает критерием-ориентиром. Традиционным требованием звукозаписывающих компаний для знакомства с новым исполнителем является демонстрационная запись, содержащая три его самых удачных произведения. Сам исполнитель пока никого не интересует, идет оценка синглового потенциала созданных им композиций – написал ли он песню, которую будут покупать. По итогам демоверсии выпускается сингл, а после нескольких успешных синглов компания предлагает исполнителю контракт на выпуск альбома. По результатам продаж альбома может быть выпущено еще несколько синглов. Для исполнителя сингл является первой, а иногда и единственной формой тиражирования: группы-однопесенники разваливаются после периода чрезмерной популярности первого сингла (они просто не успевают сочинить новые композиции)¹⁵, группы-безальбомники прекращают свое существование по причине низкой продаваемости их синглов. Сингл предполагает следующую стратегию – многократное прослушивание одной вещи, поэтому классический сингл содержит в качестве дополнения к песне-хиту (a-side), ее инструментальную, укороченную (например, radio-edit – версию для радио, которая не должна превышать трех с половиной минут) или ремикшированную версию (b-side)¹⁶.

Альбом составляется с учетом материала, уже выпущенного на синглах. Сюда включаются все заглавные композиции синглов (a-sides), некоторые номера из «нехитовых» b-sides и нереализованный на синглах материал. Большая часть b-sides выпадает из содержания целостных произведений исполнителя. Любители синглов могут быть ориентированы либо только на отдельные композиции (в этом случае синглы приобретаются из-за a-sides, альбом могут не покупать вовсе), либо на все творчество исполнителя вне зависимости от «хитовости песни» (в этом случае приобретаются все синглы и собственно альбом). Люди, предпочитающие альбомы, чаще всего не приобретают синглы, а ждут переиздания b-sides в виде отдельного сборника (такие переиздания осуществляются крайне редко: раз или два при жизни группы, а зачастую уже после ее распада). Некоторые приверженцы альбомов принципиально не слушают b-sides, считая составляющий их материал «второсортным», по определению хуже альбомных треков.

Возможность восприятия музыки через концерт, сингл и альбом способствует взаимовлиянию этих основных форм, что отражается как на поведении слушателя, так и на действиях исполнителя. *Сингловое начало* в альбоме часто проявляется при выборе названия – по собственному желанию или по рекомендации звукозаписывающей компании группа

называет альбом по одной из песен (чаще по самому популярному синглу). Однако некоторые исполнители, создавшие востребованные аудиторией синглы, не способны записать целостный альбом, и на поверку он оказывается «сборником хитов», где каждый номер хорош в отдельности, но никак не укладывается в совокупность, постоянно выбиваясь из нее. С точки зрения семиотики, полноценный альбом – это текст, обладающий семантическим единством, связь между значащими элементами текста (треки в трек-листе) легко воссоздается слушателем. При чрезмерном преобладании синглового начала альбом распадается на отдельные составные части, слушатель испытывает значительные затруднения при построении обусловленных трек-листом связей между такими частями, семантическое единство текста разрушается. Такая форма восприятия музыки, как *прослушивание альбома*, влияет на действия некоторых посетителей рок-концертов, которые вместо бурной эмоционально-двигательной реакции на происходящее занимают сидячие места и спокойно слушают звучащую со сцены музыку, порой даже с закрытыми глазами. Сюда же можно отнести популярный в 1970-е так называемый «театр грампластинок» – публичное воспроизведение различных альбомов.

Концертное начало характерно для процесса записи малобюджетного альбома. Ради экономии студийного времени группа дает «концерт без зрителей» – все музыканты играют одновременно без использования (или при минимальном использовании) возможностей студийной записи (наложения эффектов, инструментальных тем, обработки сигналов). Целью является просто качественная фиксация материала, чему способствует использование специальной аппаратуры и отсутствие необходимости реагировать на зрителей. Сам факт присутствия публики оказывает влияние на исполнение любой музыки, даже симфонической. Непроизвольный (покашливание) и произвольный (аплодисменты, крики «браво») шум в зале определяют динамический диапазон (чем тише в зале, тем тише оркестр может сыграть *pianissimo*), длину и характер пауз¹⁷.

История конкуренции рассмотренных форм продукции музыкальной индустрии тесно связана с историей материальных носителей для звукозаписи. До появления рынка музыкальных записей публичный концерт, берущий свои истоки в сопровождавшихся музыкой ритуалах древности, в течение трехсот лет (начиная с XVII в.) доминировал как единственная форма всего целенаправленного восприятия звучащей музыки. Массовое производство граммофонов, начавшееся в 1897 г., предоставило первую серьезную альтернативу концерту – шеллачную грампластинку. В 1903 г. такая пластинка 78 об/мин стала двусторонней, а в 1926 г. началось производство проигрывателей для пластинок, записанных с помощью микрофонов электрическим методом.

Потенциально все эти пластинки были синглами – время звучания одной стороны не превышало трех минут для пластинки диаметром 175 мм и пяти минут при диаметре 300 мм. Категория «альбом» для обозначения записанной музыки первоначально имела совсем другое значение. Record albums или record books (дословно – альбом или книга музыкальных записей) – так назывались появившиеся в конце 1910-х и состоящие в силу хронометража из нескольких пластинок издания целого симфонического произведения или сборника вокальных номеров одного испол-

нителя¹⁸. Пластинки объединялись вместе, как листки в альбомном или книжном переплете, иногда вкладывались в дополнительный общий конверт для всего «альбома». Издаваемый как книга музыкальный материал наметил основные тенденции для дальнейшего развития феномена альбома: собственно альбом, воспринимающийся как целостное произведение, и альбом-сборник, распадающийся на отдельные треки.

С переходом на более дешевый и механически прочный винилит пластиночный рынок предоставил два варианта замены для record albums 78 об/мин. В 1948 г. американская фирма Columbia выпустила долгоиграющую пластинку¹⁹ 33 об/мин диаметром 300 мм с временем звучания одной стороны до тридцати минут. В 1949 г. ее конкуренты, Capitol и RCA, занялись производством пластинки 45 об/мин диаметром 175 мм с временем звучания одной стороны пять минут. В 1951 г. стало ясно, что для издания целого симфонического произведения продукция Columbia является оптимальной, т. к. лишает слушателя необходимости менять диски каждые десять минут. Columbia, Capitol и RCA обменялись технологиями тиражирования пластинок всех видов, за пластинкой 45 об/мин закрепился статус материального носителя синглов. Категорию «альбом» в ее современном понимании стали ассоциировать с LP 33 об/мин только в 1960 г., этому предшествовало становление в 1950-х описанной выше схемы тиражирования записей одного исполнителя (сингл/синглы – альбом – сингл/синглы)²⁰.

Значительную роль для закрепления лидирующих позиций вещных форм продукции музыкальной индустрии сыграл осуществленный в 1957 г. переход к стереофонической записи. Стереопластинки буквально «заставили сидеть дома» вчерашних посетителей концертов, предоставив им новый уникальный опыт. «Стереозвук... окружает, обволакивает. Раньше звук исходил из одной точки, как это предполагается визуальной культурой с ее фиксированной точкой наблюдения. Появление высококачественной записи поистине стало для музыки... призванием многогранности и многоплановости единого опыта... Стереозвук – это звук с глубиной... Вместе с ним пришла и глубина музыкального переживания... Все, что воспринимается с глубиной, становится необычайно интересным и важным, потому что „глубина” означает „во взаимодействии”, а не „в изоляции”. Глубина означает озарение – не точку зрения, а прозрение: мысленную вовлеченность в процесс...»²¹.

Ускорению динамики развития альбомной культуры способствовало внедрение в звукозапись пленки. Бобины предоставили слушателю возможность меньшего участия в непосредственном приобретении музыки. Если раньше изготовление пластинок составляло прерогативу звукозаписывающих компаний, то теперь любой желающий мог в домашних условиях не только самостоятельно переписать музыку с виниловой пластинки, но и создать собственный музыкальный продукт. Сфера влияния синглов уменьшалась – при перезаписи они соединялись в альбомы-сборники. Результатами записи на пленку преимущественно оказывались не отдельные песни, а их альбомная совокупность²². С появлением в 1970-х компакт-кассет и плееров Sony Walkman культура пленочных альбомов достигла своего расцвета.

Музыкальной индустрии ничего не оставалось, как начать выпуск кассетных копий синглов. Переход на цифровые носители (CD, CD-R) в

1990-х гг. также не отменил сингловую форму. Сохранилась даже, правда в номинальном варианте, дифференциация синглов на 7-, 10- и 12-дюймовые, изначально обусловленная диаметром виниловой пластинки. Выжил сингл во многом благодаря преданности коллекционеров винилу: так, на конец 2004 г. каждый восьмой проданный сингл был издан именно на LP²³.

Новый виток в истории развития и соотношения существующих форм продукции музыкальной индустрии прогнозируется на ближайшие десятилетия. Эпоха цифровых технологий уже в конце 90-х гг. XX в. породила новый формат для хранения музыкальной информации – mp3-файл. Этот способ кодирования информации путем «сжатия» позволяет помещать на одном компакт-диске не один альбом, а практически все альбомы группы. Это привлекает слушателя экономией затрат на приобретение записей и места для их хранения. Бесплатный доступ к самой разнообразной музыке в mp3 через Интернет, постепенное снижение стоимости пользования самой Всемирной паутиной могут привести к развалу существующей системы музыкального тиражирования. Пользователь получает возможность самостоятельного выбора материала для прослушивания, не ограниченного рамками сингла или альбома. Исполнитель лишается необходимости контактировать со звукозаписывающей компанией – достаточно просто выложить свои новые композиции в сеть. Сохранение материального носителя (пластинки или компакт-диска) с коллекционно-архаичной дифференциацией на альбомы и синглы вполне вероятно, однако ведущими формами станут прослушивание mp3-файлов и концерт.

¹ Здесь и далее в абзаце цитируются положения концепции В. И. Николаева. См. Николаев, В. И. К социологии музыки: тезисы доклада на семинаре сообщества профессиональных социологов «Социология потребления музыки, музыкальных аудиторий и музыкальных вкусов». – Режим доступа: <http://www.sociolog.net/seminar.html> (версия от 14.02.06).

² Чередниченко, Т. В. Тенденции современной западной музыкальной эстетики. К анализу методологических парадоксов науки о музыке. – М., 1989. – С. 186–187.

³ Там же. – С. 72–73.

⁴ Шейко, А. В. Императивы технологического развития и будущее музыкальной индустрии // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации / Отв. ред. Е. В. Дуков, Н. И. Кузнецова. – М., 1998. – С. 256.

⁵ Там же. – С. 261.

⁶ Как будет показано далее, такие формы определяют действия не только слушателей, но и самих исполнителей.

⁷ Сохор, А. Н. Вопросы социологии и эстетики музыки. – Л., 1980. – С. 107–108.

⁸ Капустин, Ю. В. Музыкант-исполнитель – публика (социологические проблемы современной концертной жизни). – Л., 1985. – С. 8.

⁹ Иванченко, Г. В. Психология восприятия музыки: Подходы, проблемы, перспективы. – М., 2001. – С. 173.

¹⁰ Орлов, Г. А. Дерево музыки. – Вашингтон ; СПб, 1992. – С. 90–91.

¹¹ От англ. single – отдельный, единичный.

¹² Пока не анализируется феномен EP (extended play): в 1950-х гг. термин был введен для обозначения грампластинок расширенного звучания, на современном этапе употребляется одновременно как синоним понятиям макси-сингл и мини-альбом и для обозначения переходной формы между ними.

¹³ Например, был выпущен в прозрачном конверте сингл группы Buzzcocks (1977) «Orgasm Addict / What Ever Happened To?» со следующим трек-листом: 1. Orgasm Addict. 2. What Ever Happened To?

¹⁴ Количество композиций и время звучания могут варьироваться – пятипесенные альбомы некоторых исполнителей достигают часа (например, в стилях эмбиент и пост-рок), другие группы способны в семнадцать минут уместить двадцать пять треков (например, в стилях хард-кор и грайнд-кор).

¹⁵ На сингле может выйти случайная запись того, кто даже не представляет себя музыкантом. Достаточно вспомнить начало карьеры Элвиса Пресли. Будущий «король рок-н-ролла» планировал стать полицейским, первую пластинку с единственной песней он записал на собственные деньги как подарок маме. На этом все могло закончиться, однако глава фирмы звукозаписи инициировал трансляцию песни по радио и в результате продал несколько тысяч пластинок всего за неделю.

¹⁶ Би-сайдом может являться и другая, менее удачная композиция.

¹⁷ Назайкинский, Е. В. Оценочная деятельность при восприятии музыки // Восприятие музыки : Сб. статей / Ред.-сост. В. Н. Максимов. – М., 1980. – С. 220–221.

¹⁸ Album cover album: A book of record jackets / Ed. By Storm Thorgerson & Roger Dean. – Limpsfield (SY), 1977. – P. 8–11.

¹⁹ Long play – аббревиатура, образованная из этих слов (LP), позже стала наименованием виниловой пластинки вообще.

²⁰ Согласно «пакту» 1951 г. на пластинках 33 об/мин выпускали преимущественно симфоническую музыку и джаз, «сорокопятки» оставались для молодежной поп-музыки. Виниловый выпуск симфонического произведения был даже более целостным, чем собственно альбом, – в нем отсутствовало деление на треки. Именно благодаря джазовым пластинкам LP приобретает структуру трек-листа.

²¹ McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man. – N.Y., 1964. – P. 247. Цит. по: Орлов, Г. А. Древо музыки. – Вашингтон ; СПб, 1992. – С. 250.

²² В Советском Союзе, например, на этой основе в начале 1980-х гг. возникла целая культура записанных на магнитную пленку альбомов, составившая альтернативный канал музыкальной индустрии по отношению к официальным изданиям фирмы «Мелодия», старательно избегавшей выпуска музыкальных произведений рок-групп.

²³ Кутишенко, Д., Сокол, Н., Фролов, А. Vinyl Forever! Ч. 1. – Режим доступа: <http://www.pitch.ru/publications/index004.htm> (версия от 30.01.07).